



ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO
2011 - 2015



Guatemala, Centro América, Noviembre de 2010

Derechos Reservados INGUAT

Estrategia Nacional de Turismo Comunitario 2011-2015

Coordinadora: Licenciada Alejandrina Silva Menéndez

Asesor Especializado: Doctor Julio Girón

Asesor Especializado: Lic. Salomón Cohen

Consultor Externo: Sr. Otto Rivera

Técnicos Asistentes: Sr. Mario Alexander Perén

Sr. Rafael López Mencos

Sr. G. Manuel Muñoz L.

Con el aval de: Mesa Nacional de Turismo Comunitario
1er. Encuentro Nacional de Turismo Comunitario 25-29
octubre 2010

INDICE

1	Presentación	4
2	Proceso de construcción de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario	7
3	El turismo en el contexto internacional y nacional	8
4	Antecedentes	11
5	Situación del Turismo Comunitario en Guatemala	14
6	Árbol de Problemas	17
7	Árbol de Objetivos	18
8	Prospección del Futuro Inmediato	19
9	Visión	21
10	Misión	21
11	Valores	22
12	Objetivos	24
12.1	Objetivo General	24
12.2	Objetivos Estratégicos	24
13	Requisitos fundamentales	25
14	Pilares estratégicos	26
15	Plan de Acción	42
16	Anexos	43
16.1	Marco Lógico	44
16.2	Matriz de Resultados Esperados	58
16.3	Matriz de Monitoreo y Evaluación	66
16.4	Identificación y Análisis de Actores	70
17	Bibliografía	73

1. Presentación

El Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT-, coordinador de la Mesa de Turismo Comunitario en Guatemala, luego de haber hecho un análisis pormenorizado de la realidad del país ha concluido que es necesario contar con un Plan Estratégico del Turismo Comunitario que permita contribuir al fortalecimiento de su institucionalidad y como mecanismo de garantizar su sostenibilidad en el corto, mediano y largo plazo.

En una aproximación a la definición del Turismo Comunitario propiamente dicho, la Organización Internacional del Trabajo –OIT- lo describe como: *“Toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes”*.¹

Resulta igualmente importante indicar que 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 natural y cultural de la nación.

El año 2001 con la suscripción de la Declaración de Otavalo² e apelaba a que los gobiernos nacionales formularan políticas que propiciaran un entorno favorable al desarrollo del turismo reconociendo la contribución de las culturas indígenas a la diversificación de la oferta turística nacional y por ende a incorporar las estructuras, medios y procedimientos de la organización comunitaria en su implementación, pero también comprometiendo a los gobiernos locales, la empresa privada, las organizaciones no gubernamentales –ONG’s- y todos aquellos sectores que contribuyan a potenciar el turismo comunitarios identificando nuevos mercados, teniendo acceso a recursos financieros e infraestructura.

Dos años más tarde, la Declaración de San José³, subraya que la concepción del desarrollo del turismo *“se sustenta en los valores de solidaridad, cooperación, respeto a la vida, conservación y aprovechamiento sostenible de los ecosistemas y de la diversidad biológica que estos albergan”*.

Ratifica a su vez la necesidad de diseñar e implementar un marco conceptual y estratégico sobre turismo comunitario, que incida tanto en las políticas y agendas pública y privada en cada uno de los países.

Así mismo el Turismo Comunitario contribuye al logro de las Metas de Desarrollo del Milenio aprobadas por la Asamblea de las Naciones Unidas en el año 2000,

¹ Al respecto, ver Memoria Taller de Planificación. Mesa Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala. Julio de 2008

² Redturs. Declaración de Otavalo. Turismo Comunitario sostenible, competitivo y con identidad cultural. Otavalo, Provincia de Imbabura, Ecuador, 14 de septiembre de 2001.

³ REDTURS. Declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitario. San José, Costa Rica, 28 de octubre de 2003.

especialmente al alcance de los objetivos relacionados con *Erradicar la pobreza extrema y el hambre*, y *Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente*.

Por otro lado, otros instrumentos como por ejemplo la Declaración de Roma sobre la Armonización de Ayuda (2003) como la Declaración de París sobre la Eficacia de la Ayuda, aprobada en el año 2005, con el afán de fomentar la apropiación, armonización, alineación & resultados y mutua responsabilidad se hace mención especial sobre la necesidad de enfocar esfuerzos sobre planes y proyectos a largo plazo. El Programa de Acción de Accra (2008) insta fortalecer y utilizar los “sistemas nacionales” de los países en vía de desarrollo El Plan Multianual Sector Ambiente y Agua 2011 - 2013 prioriza explícitamente la provisión de servicios ambientales relacionadas con el Turismo Comunitario.

El Convenio Marco de los Naciones Unidas sobre el Cambio Climático –CMNUCC– prioriza en involucramiento de comunidades rurales en actividades económicas que fomenten la conservación de los bienes y servicios naturales. El turismo comunitario, como actividad económica está reconocida a nivel mundial como una alternativa que fomenta la creación del Empleo Verde. La contribución del turismo comunitario hacia la mitigación de actividades comunitarias que impacten negativamente al ambiente, y ofrece una forma real para facilitar la adaptación comunitaria ante los efectos negativos del cambio climático acelerado, tales como cambios en la frecuencia y cantidad de lluvia, fenómeno que puede ser contraproducente a formas tradicionales de generación de divisas rurales, tales como la agricultura de subsistencia.

La UNESCO⁴ en su Informe Mundial *Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*, en su Capítulo 6 *Creatividad y mercados* hace un particular énfasis cuando se refiere a la *artesanía y el turismo internacional*, lo que también se puede aplicar al turismo nacional, cuando subraya lo siguiente.

“La promoción de la diversidad cultural depende en gran medida del apoyo prestado a empresas comerciales al contextos cultural y a las limitaciones económicas locales. Los microcréditos –basados en mecanismos de economía mercantil, pero que integran las estructuras cooperativas de una sociedad dada- han resultado muy fructíferos en este sentido, especialmente en los países en desarrollo.

El turismo desempeña una función importante en la combinación de iniciativas de generación de ganancias con la promoción de diálogos intercultural.....El llamado ‘turismo cultural’...puede contribuir a promover el entendimiento cultural al situar a otros en su entorno natural y conferir más profundidad histórica a otras culturas.”

⁴ UNESCO. *Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*. Informe mundial de la UNESCO. Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. París, Francia, Agosto 2010

En Guatemala, durante el año 2004 se realizó el Primer Encuentro Consultivo Nacional sobre Turismo Comunitario Indígena⁵. Durante esta cita, se abordó la necesidad de consolidar y ampliar las redes de las organizaciones rurales e indígenas y de los pequeños negocios comunitarios; propiciar espacios institucionales para profundizar el diálogo social y fortalecer las alianzas entre los actores y sectores que intervienen en el turismo comunitario; compartir experiencias y elaborar propuestas de fomento de políticas públicas e impulsar estrategias comerciales; finalmente, definir acciones de cooperación técnica.

⁵ *“Concertando lineamientos y directrices para definir una política de turismo comunitario en Guatemala.”*
Guatemala, Septiembre de 2004

2. Proceso de construcción de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario

Consolidar al turismo comunitario requiere de contar con una visión de futuro que sea compartida entre todos los actores y sectores que participan de esta actividad, en donde las comunidades de destino y sus organizaciones juegan un papel por demás importante.

Por espacio de varios meses los miembros de la Mesa Nacional de Turismo Comunitario se dieron a la tarea de celebrar talleres y reuniones técnicas para diseñar y configurar la estrategia nacional de turismo comunitario.

La participación de las y los representantes de distintos sectores ha sido determinante para la construcción de la estrategia, la identificación de los objetivos específicos y de las líneas de acción, así como en la apropiación de la misma, constituyendo su *hoja de ruta* en aras de la consolidación del turismo comunitario a nivel nacional en internacional

La presente Estrategia fue sometida a un proceso de validación durante el I Encuentro Nacional de Turismo Comunitario convocado por el INGUAT y celebrado en Santa Cruz Verapaz, del 25 al 29 de octubre del 2010, en donde se dieron cita más de cien participantes provenientes de distintas partes del país.

La información producida tanto en los talleres como en las reuniones técnicas y en el propio Primer Encuentro ha sido vital para la articulación de la presente propuesta, la que ha sido sometida tanto al equipo técnico del INGUAT como a la Mesa Nacional de Turismo Comunitario para su validación y aprobación.

Aquí presentamos el resultado alcanzado.

3. El turismo en el contexto internacional y nacional

De conformidad con Barómetro⁶ ha sido durante los primeros cuatro meses del año 2010 en que se registra una reactivación de la actividad turística a nivel internacional, luego del impacto de la crisis mundial que afectara el desempeño económico de aquellos países que obtienen la mayor cantidad de divisas provenientes principalmente de esta actividad.

Sin duda alguna se trata de una recuperación pausada y desigual, pero luego de 20 meses de registrar puntuaciones estancadas, hasta el mes de abril del 2010 había claros signos de inicios de recuperación.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo –OMT- dicha recuperación significó un 7% en materia de turistas internacionales a nivel mundial, pero este porcentaje se redujo en Europa posterior al cierre del espacio aéreo por la erupción del volcán islandés.

En América Latina el crecimiento fue muy similar al promedio mundial, 6%, en tanto que en Centro América específicamente fue del 8%, pero también luego del paso de la erupción volcánica en Guatemala, el paso de la Tormenta Agatha, que afectó la parte norte de la región y el cruento invierno que azotó a todos los países, el turismo volvió a descender significativamente.

Pero no solo las condiciones climatológicas han afectado, sino también el impacto de la crisis en el turismo interno, la pérdida de fuentes de empleo, tal y como había advertido la OMT misma, sigue siendo un reto capital, también se deben de considerar las medidas gubernamentales de austeridad, la desaparición de medidas de estímulo, así como el clima de inseguridad que se registra en diversas partes.

Los ingresos por turismo internacional cayeron en 5,7% en el año 2009, algo más que las llegadas y aunque todas las regiones registraron caídas en términos reales, la mayor parte ha sido en América (-10%) con 22 millones de dólares menos que el año anterior.

Elo demuestra que los países están expuestos a diferentes eventos tanto naturales, económicos, políticos y sociales, debiendo prever la toma de medidas que contribuyan a la reducción de vulnerabilidades y garantizar mejores condiciones de receptibilidad del turista nacional e internacional.

⁶ Revista Barómetro OMT del Turismo Mundial. Volumen 8. Número 2, junio 2010

De acuerdo con el Grupo de Expertos de la OMT en la aplicación del Índice de Confianza⁷ se registra una tendencia de recuperación, en términos globales de la actividad, sin embargo la región de América requiere mayor dinamismo para situarla en el mismo nivel que las otras regiones preferentes en las opciones de los turistas.

Ya para mediados del 2010, Centro América había aumentado la visita de turistas internacionales hasta 9%.⁸

En el caso de Guatemala, que cuenta con una población aproximada de 14,4 millones de habitantes, con un Producto Interno Bruto –PIB- estimado para el año 2009 en 37,310.64 millones de dólares, del cual se destina el 0.03 para gastos turísticos.⁹

De conformidad con la OMT, la clasificación que hace de la tipología de turistas en función de la duración de su estadía en el lugar del destino¹⁰, hace referencia al *viajero internacional*, quien es la persona que viaja por un período no mayor a 12 meses, en un lugar distinto a su residencia habitual y cuya actividad no es la de desarrollar actividades que sean remuneradas.

El turista (visitante que pernocta) es la persona que permanece cuando menos una noche en el lugar que visita ya sea en un alojamiento privado o colectivo del país visitado; en tanto que el *excursionista o visitante del día* es quien no pernocta en el lugar que visita y regresa a su lugar de origen el mismo día.

De esa cuenta, Guatemala registró en el año 2009 un total (en miles) de 1,391.7 turistas; 385.2; 1,776.9 visitantes, colocándola en el tercer lugar a nivel centroamericano en cuanto estadísticas se refiere.

Los turistas provinieron, en el período registrado de julio a diciembre para ese mismo año, en miles, 892.7 de Centroamérica; 604.8 Norte América; 58.5 Sur América; Caribe 7.9; Europa 173.1; Asia 20.0 y el resto del mundo 19.9.

⁷ El Índice de Confianza se construye por medio de la aplicación de una encuesta aplicada por correo electrónico a un grupo de expertos seleccionados por la OMT que representan tanto al sector público como privado y que hacen parte Grupo de Expertos de la OMT.

⁸ Revista Barómetro OMT del Turismo Mundial. Interim Update, Agosto 2010

⁹ Boletín de Estadísticas Turísticas de Centroamérica 2009. Secretaría de Integración Turística Centroamericana –SITCA-. Consejo Centroamericano de Turismo –CCT-. Secretaría General del Sistema de Integración Centroamericana –SG-SICA)

¹⁰ Ibidem.

Los propósitos del viaje, en datos porcentuales, hacen referencia a negocios y motivos profesionales 24.8; vacaciones, ocio y recreo 37.3; visita a amigos y familiares 26.9; otros 10.4, todos corresponden al año 2009.

Solo en ese año, la actividad turística representó para Guatemala 1,298.0 millones de dólares en divisas¹¹.

Ello refleja lo importante que es el turismo para el país, en sus distintas ofertas tanto para extranjeros como para nacionales. Sin embargo, hace falta un esfuerzo por cuantificar, monitorear y evaluar acciones concretas como las referidas al turismo comunitario, que por tener su propia especificidad, merece un tratamiento diferenciado.

¹¹ Ibidem.

4. Antecedentes

En el año 2004, por iniciativa de Oficina Internacional del Trabajo –OIT-, los sectores interesados en Guatemala, son convocados para definir una estrategia nacional de Turismo Comunitario. Este proceso continuó con avances hasta la presente fecha en que el esfuerzo finalmente se concreta.

Entre sus principales avances se cuenta con la conformación de la Federación Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala –FENATUCGUA-, una entidad que dio lugar a la definición de políticas internas, incluyendo de equidad de género, respeto de la cultura y valorizando al medio ambiente.

Al mismo tiempo, se dio un proceso de reflexión sobre la visión estratégica del Turismo Comunitario en Guatemala, contando para ello con la participación de actores provenientes tanto del sector público como privado así como con representantes de iniciativas locales, que pasaron a conformar la *Mesa de Turismo Comunitario de Guatemala*, que se dio a la importante tarea de construir las bases para elaborar una estrategia nacional.

4.1 Revisión del Marco Jurídico del Turismo Comunitario

Estas tareas incluyeron una revisión de la base legal en que se sustenta el desarrollo de la actividad turística, con particular énfasis al turismo comunitario.

A partir de la Constitución de la República de Guatemala¹² en su Capítulo II Derechos Sociales Sección Segunda relativa a la Cultura, se encuentran los siguientes Artículos:

Artículo 57 Derecho a la cultura;

Artículo 59 Protección e investigación de la cultura;

Artículo 60 Patrimonio cultural;

Artículo 61 Protección al patrimonio cultural;

Artículo 62 Protección al arte, folklore y artesanías tradicionales;

Artículo 64 Patrimonio natural,

Artículo 65 Presentación y promoción de la cultura;

En la Sección Tercera sobre Comunidades Indígenas, sus Artículos

Artículo 67 Protección a las tierras y las cooperativas agrícolas indígenas y

Artículo 68 Tierras para comunidades indígenas.

Adicionalmente y de manera más específica, en la Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT¹³ - Decreto 1701, en su Capítulo V Del Turista; Capítulo VI De las empresas y actividades turísticas; la Ley de Fomento Turístico

¹² García Laguardia, Jorge Mario. Política y Constitución en Guatemala. La Constitución de 1985. Procuraduría de Derechos Humanos. Guatemala, 1993

¹³ INGUAT. Leyes y Reglamentos del Turismo. Edición revisada y actualizada. Sdf.

Nacional, Decreto 25-74; finalmente las Regulaciones para la inscripción y funcionamiento de Guías de Turismo, Acuerdo 219-8.

Todo esto constituye un andamiaje legal, que aún y cuando no se refiere específicamente al turismo comunitario, por ser una especialidad de concepción más reciente, justifica y ampara su desarrollo de manera incuestionable.

Incluso los Acuerdos de Paz firmados en Guatemala en 1996, concretamente el Acuerdo Sobre Aspectos Socioeconómicos y Situación Agraria, en su aspecto relativo al *acceso a los recursos naturales*, tiene una referencia fundamental en la construcción de la nueva sociedad guatemalteca post-conflicto, es lo más cercano que puede ser asociado al turismo comunitario, porque en el fondo implica dar a las comunidades usos más diversificados y un usufructo aún más justificado, de los recursos naturales a su alcance.

Por su parte la Estrategia Nacional de Turismo, del año 2000; la Política Nacional de Ecoturismo, 2003; y la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004-2014, constituyen algunos de los parámetros sobre los cuales basarse para el desarrollo e implementación de las acciones relativas del turismo comunitario en Guatemala.

En el plano internacional y a partir del presente siglo, se encuentran declaraciones expresas sobre la importancia del turismo comunitario, incluyendo la Declaración de Otavalo, sobre Turismo Comunitario Sostenible, Competitivo y con Identidad Cultural, (septiembre 2001); y la Declaración de San José, sobre Turismo Comunitario, (Octubre 2003).

4.2 Revisión del Concepto y la Definición del Turismo Comunitario

Vital es la contribución de la Organización Internacional del Trabajo –OIT- desde el Convenio 169 sobre Pueblos Indígena y Tribales en Sociedades Independientes, así como sus aportes en materia de turismo comunitario, partiendo de su propia definición, que se refiere a *“Toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes.”*¹⁴

Pionera como es esta definición, data de 2008 y frente a la evolución del concepto, durante la elaboración de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario se ha ensayado una definición actualizada, como la siguiente:

“Es una actividad económica así como formativa, facilitada y gestionada por las comunidades organizadas como mecanismo para el mejoramiento de sus condiciones y calidad de vida, trae consigo consecuencias individuales y colectivas, en correspondencia con las directrices del turismo sostenible siendo estas: socialmente solidario, ambientalmente responsable, culturalmente enriquecedor y económicamente viable”.

Los actores intervinientes, entre otros, serán:

- Comunidades

¹⁴ Tomado de INGUAT. Memoria Taller de Planificación Estratégica de la Mesa de Turismo Comunitario de Guatemala. 2008

- Comunitarios: como grupos de interés
- Turistas nacionales y extranjeros
- Tour Operadores
- Guías
- Prestadores de Servicios
- Comité de Autogestión Turística- CAT-:
 - Actores locales: como artistas, actores, artesanos, cofradías, grupos culturales, asociaciones, casas de la cultura, iglesias, guías espirituales entre otros.
- Municipalidades
- Concejo de Ancianos¹⁵
- Consejos Comunitarios de Desarrollo COCODES,
- Consejos Municipales de Desarrollo COMUDES,
- Consejos Departamentales de Desarrollo CODEDES
- Organizaciones No Gubernamentales ONGS
- Centros de aprendizajes de idiomas
- Medios de Comunicación
- Estado y sus instituciones públicas, especialmente del organismo ejecutivo particular énfasis en el Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT-

¹⁵ Dentro de la organización social, política y espiritual indígena la máxima autoridad está representada en el Concejo de Ancianos, quienes por su sabiduría son escogidos en sus comunidades como depositarios de la rectoría moral de la sociedad e inciden de manera directa en la toma de decisiones que puede afectar a la colectividad. Ver. Rivera, Otto. Maya' Molb'al libachi'. Organización Social Maya Achi. Una aproximación a San José Rabinal en los albores del Siglo XXI. UNESCO. PROMEM. Guatemala, 2003

5. Situación del turismo comunitario en Guatemala

Para poder hacer un análisis de situación de las condiciones actuales del Turismo Comunitario se ha partido de un ejercicio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas a las cuales nos enfrentamos hoy en día, obteniendo el siguiente resultado.

5.1 Fortalezas

Guatemala cuenta con un patrimonio natural y cultural reconocido y valorizado tanto dentro como fuera del país, situación que le permite colocarse en una posición privilegiada dentro de las preferencias del turista nacional o internacional para conocer, descubrir y disfrutar de esta riqueza.

La ubicación geográfica de los lugares de destino viene a favorecer significativamente el desarrollo de la actividad turística comunitaria, en donde se han logrado niveles organizacionales de los actores locales quienes cuentan hoy en día con experiencias diversas en la oferta de sus servicios y productos, además de encontrarse en dinámicas de formación y capacitación en esta materia.

Otro de los aspectos de suyo importante es el hecho de haberse conformado y activado la Mesa Nacional de Turismo Comunitario –MNTC-, ente que viene desempeñándose como el eje articulador y coordinador de los distintos actores y sectores involucrados en tan importante actividad.

Gracias al trabajo colectivo se puede contar con material promocional, acciones encaminadas al fortalecimiento del sector y la decidida tarea de hacer aún más visible lo que ya se hace a favor de Guatemala como destino preferente en la actividad del turismo comunitario.

5.2 Oportunidades

En la actualidad se registra un crecimiento de interés en el turismo comunitario y el turismo responsable, lo que está permitiendo contar con el apoyo técnico y financiero de organizaciones nacionales e internacionales, para el fortalecimiento y consolidación de esta importante actividad.

Las tendencias del mercado mundial, que señalan su recuperación, permiten dar a conocer a Guatemala y sus destinos turísticos del ámbito comunitario como una opción que merece ser conocida nacional e internacionalmente.

Por otro lado, la existencia de un Marco Jurídico básico para el desarrollo de las actividades de este tipo de turismo así como la implementación del proceso de descentralización permite tomar decisiones desde el ámbito comunitario, contribuyendo de manera importante al fortalecimiento del poder local.

Tómese en cuenta que se trata de una actividad que produce generación de empleo, aumenta los ingresos para quienes participan de la misma y contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas, familias y comunidades, traduciéndose en óptimas

condiciones de salud, aumento de cobertura y permanencia educativa, además de desarrollar capacidades empresariales locales, buscando una equidad tanto étnica como de género, además de revalorizar el entorno natural y cultural de las comunidades de destino, así como buscan su autosostenibilidad y desarrolla el espíritu de asociatividad.

Por otro lado, hay un alto interés de tour operadores de trabajar en los destinos comunitarios, el voluntariado se compromete cada vez más, la inversión de los cooperantes juega un papel importante, así como se aprovechan de mejor manera las donaciones que se reciben y se mejoran los niveles de coordinación.

Es importante los niveles de coordinación interinstitucional, tal es el caso del Consejo Nacional de Áreas Protegidas –CONAP- para la gestión comunitaria en turismo.

Por otro lado, el rol que juegan los medios de comunicación para la promoción de las comunidades de destino, les hacen aliados importantes para este segmento del turismo así como de las comunidades de destino.

5.3 Debilidades

Sin embargo, el turismo comunitario enfrenta grandes retos que se traducen, hoy en día, en sus principales debilidades.

Hasta el momento la infraestructura turística con que se cuenta es deficiente, la calidad en el servicio de atención al cliente no es la óptima, se conservan las malas prácticas higiénicas en las comunidades de destino, provocando una mala imagen tanto al turista nacional como al extranjero, además que las rutas no están bien señalizadas.

La capacidad empresarial y gerencial es débil y se requiere de mayor conocimiento de mercadeo, no se cuenta con la suficiente información estadística que dé cuenta del registro de esta actividad. Luego del impacto de la crisis, en algunas comunidades de destino se tiene precios altos para servicios y productos que no reúnen todos los criterios de calidad.

La débil comunicación entre los actores y sectores que están involucrados en esta actividad ha incidido en la generación de conflictos internos que afectan a todos.

De igual manera, se hace necesario un marco jurídico específico para la regulación de la actividad del turismo comunitario, además de tener claridad tributaria para retribuir los fondos necesarios para el fortalecimiento de la actividad turística comunitaria, porque hasta el momento se depende prioritariamente de fondos externos, también son requeridos incentivos a la actividad provoca que no se hagan mayores esfuerzos para poder mejorar la calidad de productos y servicios.

Otros problemas que afectan son por ejemplo, el hecho que la Interconectividad y el acceso a la tecnología sigue siendo deficiente, aún hay una enorme brecha digital que superar. Los últimos acontecimientos provocados por los fenómenos naturales, ha demostrado el grado de vulnerabilidad en que se encuentran las comunidades de destino.

5.4 Debilidades

Los niveles de inseguridad y violencia que se registran en el país afectan la actividad turística del nivel local y comunitario. Por otro lado, el impacto de la crisis económica mundial se vio reflejado en la actividad turística en general y con énfasis en la que se practica a menor escala.

Debido a la ubicación de las comunidades de destino, y ante la falta de espacios con vocación habitacional, están en riesgo de ser invadidas, también enfrentan los desafíos que la deforestación trae consigo, ya que atenta tanto al recurso bosque como a las capas freáticas, y el agua en su conjunto.

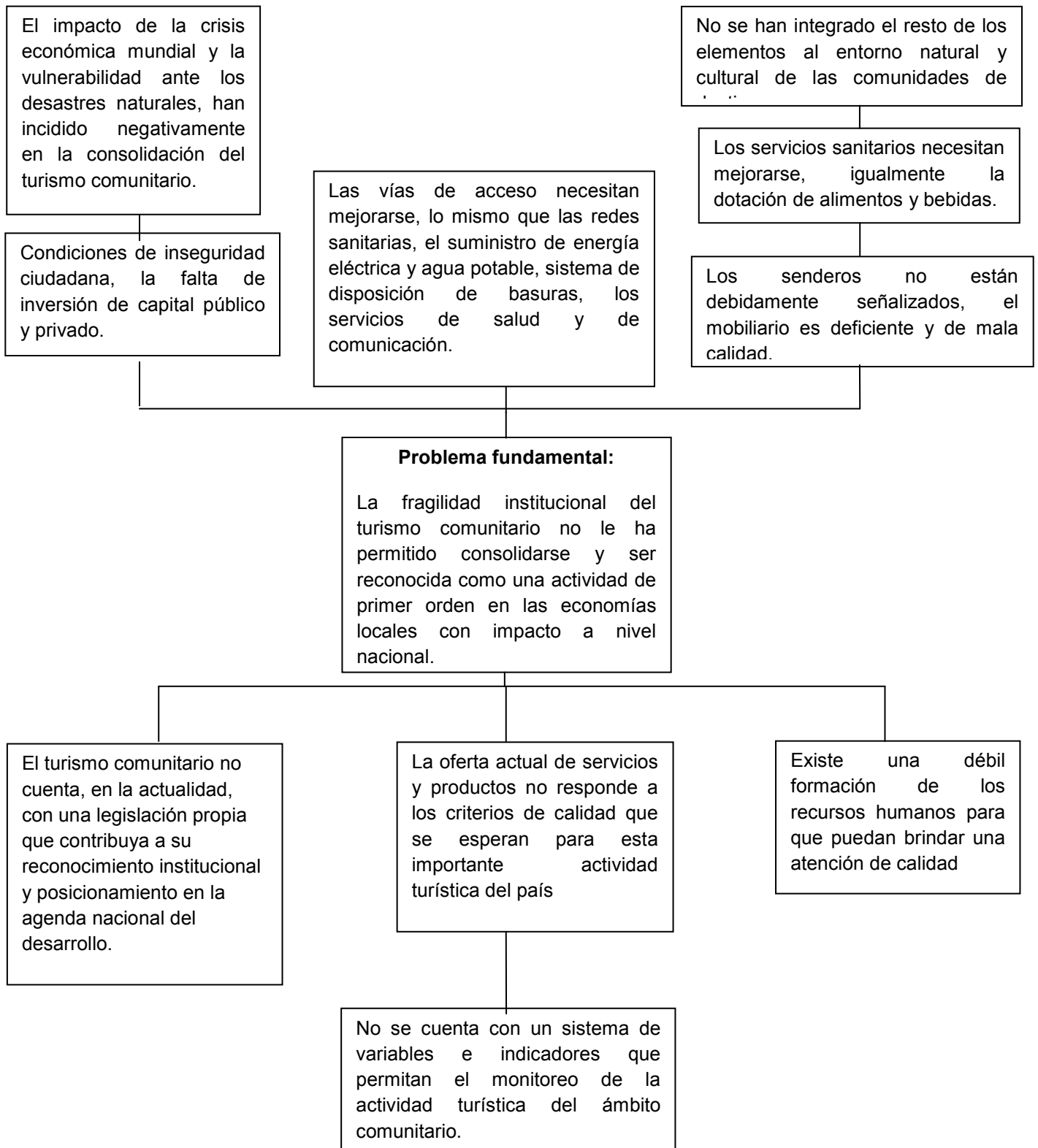
Otro fenómeno que se está viviendo con los actores comunitarios es la transculturización ó pérdida de identidad étnica, cultural y lingüística, poniendo en riesgo su capital social, que hace parte del patrimonio intangible de su comunidad.

La crisis de gobernabilidad que afrontan distintas comunidades, en donde el fenómeno de la corrupción ha hecho presa de las mismas, así como la falta de voluntad política para hacer una buena inversión social y aprovechar de mejor manera los recursos naturales y culturales con que cuentan, dificultan aún más la consolidación de propuestas de desarrollo local.

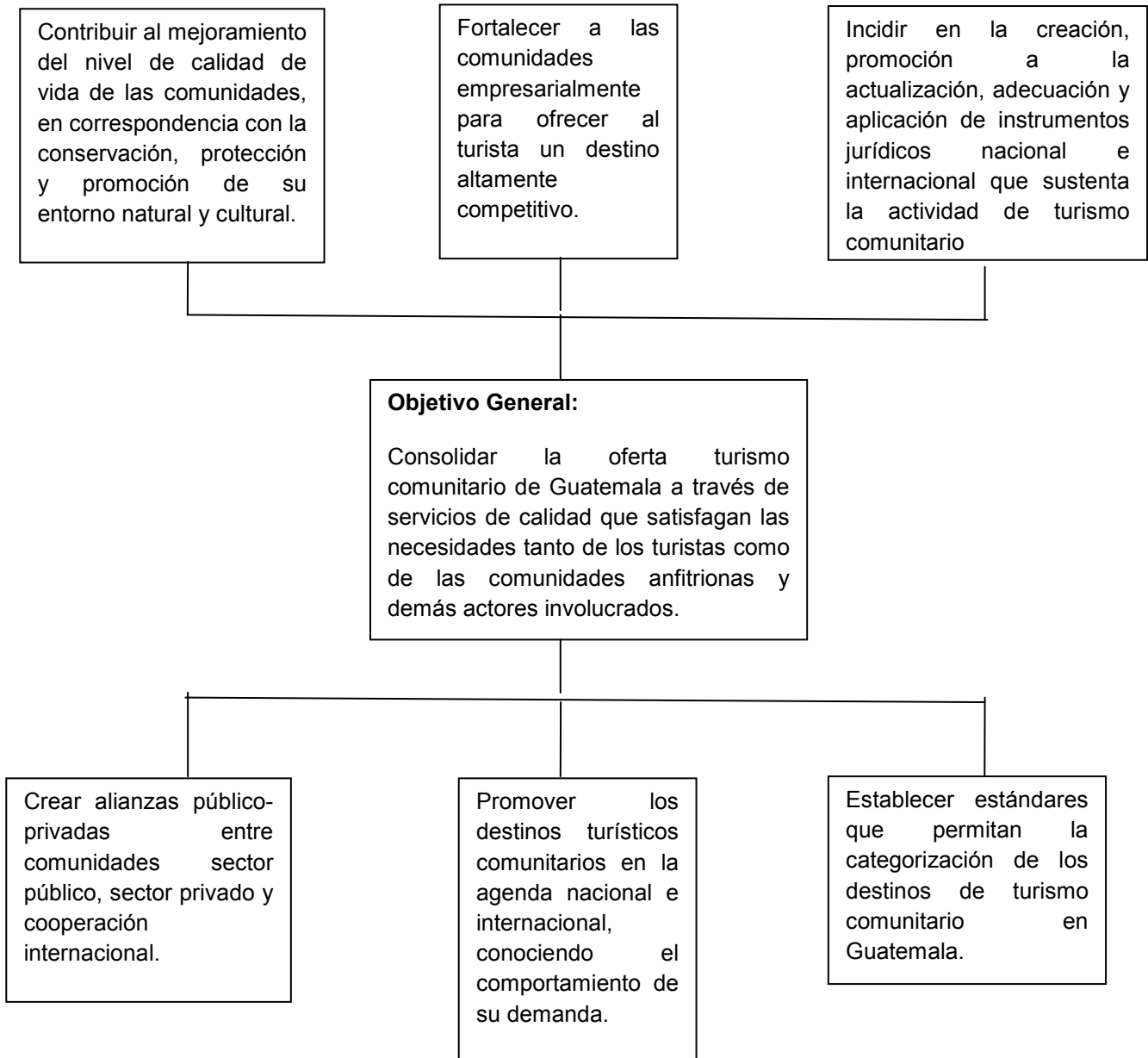
Sin duda alguna, uno de los fenómenos más cruentos a los cuales nos enfrentamos hoy en día es el narcotráfico, que hace presa de las comunidades más pobres, y usa la violencia como su recurso de control social.

Esta actividad corre el riesgo de ser afectada por Intereses de partidos políticos, a las vísperas de cualquier campaña electoral.

6. Árbol de Problemas



7. Árbol de Objetivos



8. Prospección del futuro inmediato

Guatemala se inscribe, con el proceso de paz, en una nueva etapa que le posibilita re-pensarse como sociedad, abriendo las posibilidades para consolidar propuestas provenientes de las alianzas público-privadas.

Ante los efectos inminentes del cambio climático acelerado, es imperativa identificar nuevas formas de generación de ingresos para comunidades rurales, ya que las variaciones climatológicas extremas limiten la posibilidad de depender únicamente de la producción agrícola

En este sentido el turismo comunitario implica un valor estratégico muy importante porque permite construir alternativas complementarias para la generación de ingresos, frente a las actividades rurales económicas tradicionales y asociadas con el uso de los recursos naturales, especialmente la tierra, el bosque y las aguas, a través de actividades como la agricultura, la silvicultura y la pesca.

El turismo comunitario, visto como complemento a estas actividades tradicionales, sirve como un instrumento para restarle presión a los recursos naturales disponibles en las comunidades, disminuyendo el impacto ambiental por su uso excesivo. De ahí la importancia de desarrollar el turismo comunitario en armonía con la naturaleza y la cultura local, para evitar los daños en la sociedad y el ambiente debido a una carga excesiva.

Las condiciones ambientales, geográficas y climáticas del país son propicias para el desarrollo de la oferta turística en general y con particular énfasis en el enfoque comunitario, en donde se conjuga la naturaleza con la dinámica social y cultural de los actores de primer orden, las familias comunitarias.

Para mantenerse competitiva en turismo, demanda el desarrollo de productos turísticos nuevo y es precisamente en las comunidades con su enorme diversidad cultural y ambiental, en donde se encuentran la mayoría de sitios con potencial de desarrollo novedoso. Los sitios más atractivos, aún sin desarrollarse, se encuentran en las comunidades más apartadas y forman parte del patrimonio cultural y natural de ellas mismas.

Con el propósito que esta actividad económica contribuya al mejoramiento de las condiciones de vida de las familias que se encuentran en los lugares de destino, haciendo a la vez al país como un todo, un lugar preferente para los turistas nacionales y extranjeros, es muy importante adoptar una estrategia novedosa asociando el desarrollo del turismo con la reducción de la pobreza: “más turismo, menos pobreza”.

Sin duda, el turismo es una de las mayores fortalezas económicas y sociales del país, al mismo tiempo, la pobreza es quizá el mayor problema económico y social que enfrenta.

La estrategia contempla utilizar la capacidad competitiva en turismo para reducir la pobreza. Y el vehículo más adecuado para hacerlo es a través del desarrollo del turismo comunitario.

Para ello se requieren de acciones intencionadas y dirigidas deliberadamente, al fortalecimiento del turismo comunitario, dentro de un esquema de alianza público privadas, en donde la intervención pública se concentra en fortalecer los eslabones más débiles en “la cadena del valor del turismo”. Entre ellos las propias comunidades, sus habitantes y emprendimientos asociados al turismo que ellas puedan desarrollarse.

Una asociación directa, deseable, entre el desarrollo del turismo comunitario, como concepto para alcanzar “más turismo para reducir la pobreza”; y los CAT, como “clusters” locales, operando como instrumentos descentralizados en el interior de la república, aglutinando a los actores clave en el desarrollo del turismo, con participación pública y privada; puede resultar en las alianzas estratégicas efectivas que el desarrollo sostenible de negocios de turismo demanda en las comunidades y sus alrededores, en todo el país.

En este sentido la función pública, sobre todo a través del INGUAT, tiene un rol importante, partiendo del reconocimiento explícito del turismo comunitario, asignando recursos propios y movilizandolos recursos de la cooperación internacional, para su desarrollo con criterios de calidad, incluyendo asistencia técnica, capacitación y asistencia económica, especialmente en atención de “los eslabones más débiles” dentro de la cadena de valor de turismo.

La Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, tiene como propósito fijar un punto de partida y una hoja de ruta inicial, para los siguientes cinco años, de tal manera que en el año 2015, Guatemala como destino turístico competitivo cuente al turismo comunitario como uno de sus principales atractivos.

9. Visión

Guatemala para el año 2015 es reconocida nacional e internacionalmente como destino de turismo comunitario, con una institucionalidad consolidada, acreditada y en proceso de certificación; ofreciendo servicios, infraestructura así como productos de calidad, competitivos y sostenibles, por medio de comunidades fortalecidas y empoderadas.

10. Misión

Desarrollar y fomentar el turismo comunitario sostenible, como herramienta para mejorar las condiciones de vida de las comunidades y diversificando la oferta turística nacional, con criterios de autogestión, calidad y equidad, la institucionalización de los emprendimientos y el fortalecimiento organizacional.

11. Valores

11.1 Respeto

La sociedad guatemalteca se ha caracterizado por sus enormes contradicciones sociales, económicas, políticas, ideológicas, culturales e incluso religiosas, por ello se hace necesario hacer un esfuerzo por transformar las relaciones entre sus ciudadanos sobre la base del respeto, la tolerancia y aceptación de las diferencias.

Se trata de un respeto que no es contemplativo sino activo, que mueva voluntades y acciones a favor de la construcción de la convivencia pacífica, tomando en cuenta las variables anteriormente descritas.

La necesaria construcción de una cultura del diálogo que promueva la identificación y consecución de objetivos comunes, superando las diferencias, permitiendo el trabajo colectivo bajo el principio de la reciprocidad y el bien común.

11.2 Lealtad

Tratándose de una agenda de trabajo que convoca a una serie de actores sociales, como es el caso del Turismo Comunitario, la confianza entre todas y todos quienes participan es de vital importancia, ello conlleva la lealtad personal así como profesional tanto a los demás actores y sectores involucrados.

Se trata de construir relaciones diáfanas que permitan tener la certeza plena que podemos contar tanto con el respaldo en las acciones emprendidas como las decisiones que se tomen.

Fieles a los principios y creencias aceptadas por la colectividad de actores involucrados en el sector turístico de índole comunitario, se hace vital este valor para su puesta en marcha en la agenda de trabajo así como para la vida misma.

11.3 Responsabilidad

El buen desempeño e implementación de la presente estrategia nacional implica la correcta ejecución de las tareas asignadas a cada actor por sector que le son asignadas.

Cumplir con las funciones definidas, plan y cronograma de trabajo, llevando a cabo el buen funcionamiento de acciones con criterios de calidad, en el tiempo definido, con la certeza plena que todas y todos los involucrados ejecutan el plan de acción consensuado por todos como lo que más conviene al colectivo.

11.4 Transparencia

Íntimamente relacionado con los anteriores, la claridad en la relaciones, la ejecución de las acciones y la comunicación directa entre actores y sectores.

Lleva implícitamente una comunicación fluida, directa, sin ocultar información o difundir aquella que se produzca colectivamente, buscando siempre mantener la armonía entre el colectivo, las buenas relaciones y buenas prácticas en la convivencia cotidiana.

11.5 Equidad

Dadas las condiciones del país, tratándose de una actividad turística que se desarrolla primordialmente con participación de los actores comunitarios, se busca por medio de esta estrategia nacional la inclusión en condiciones de equidad así como promoviendo la igualdad entre todos y todas.

Sin importar el rol que cada actor desempeña dentro de la actividad turística se promoverá que se haga en las mejores condiciones, buscando siempre que haya representatividad, procurando relaciones democráticas, justas e incluyentes.

Teniendo la certeza plena que la participación democrática comienza desde el nivel local y debe hacerse en correspondencia con la diversidad cultural y natural del país, no puede pensarse de otra forma que no sea de manera equitativa entre todas y todos.

12. Objetivos

12.1 Objetivo General:

Consolidar la oferta turismo comunitario de Guatemala a través de servicios de calidad que satisfagan las necesidades tanto de los turistas como de las comunidades anfitrionas y demás actores involucrados.

12.2 Objetivos Estratégicos:

12.2.1 Fortalecer a las comunidades empresarialmente para ofrecer al turista un destino altamente competitivo.

12.2.2 Crear alianzas público-privadas entre comunidades sector público, sector privado y cooperación internacional.

12.2.3 Establecer estándares que permitan la categorización de los destinos de turismo comunitario en Guatemala.

12.2.4 Promover los destinos turísticos comunitarios en la agenda nacional e internacional, conociendo el comportamiento de su demanda.

12.2.5 Contribuir al mejoramiento del nivel de calidad de vida de las comunidades, en correspondencia con la conservación y promoción de su entorno natural y cultural.

12.2.6 Incidir en la creación, promoción a la actualización, adecuación y aplicación de instrumentos jurídicos nacional e internacional que sustenta la actividad de turismo comunitario

13. Requisitos fundamentales

La implementación de la presente estrategia conlleva tres requisitos considerados como básicos, siendo estos:

- Que el Estado manifieste su voluntad política para priorizar el desarrollo del turismo comunitario, la implementación de sus pilares estratégicos y las líneas de acción.
- Que dentro de la re-estructuración del Instituto Guatemalteco de Turismo – INGUAT- se consolide al Equipo Técnico y se reconozca la labor de que en materia de turismo comunitario se ha desarrollado y se implementará, tomando la presente Estrategia Nacional para ello.
- Que se tomen las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los turistas nacionales y extranjeros, con el propósito de minimizar las situaciones que afectan la imagen del país y reducen la preferencia de los turistas para escoger a Guatemala como lugar preferente para la práctica del turismo comunitario.

14. Pilares Estratégicos:

Tomando como referencia la Estrategia Nacional de Turismo, en donde se han definido siete pilares estratégicos, los mismos se retoman haciendo la adecuación que el turismo comunitario requiere.

14.1 Estructura institucional y relaciones interinstitucionales

Su punto de partida ha sido la conformación de la Mesa Nacional de Turismo Comunitario, así como el rol que el INGUAT ha venido desempeñando, es indispensable su continuidad para asegurar la coordinación de los diferentes actores y sectores involucrados, garantizando de esa manera, satisfacer las necesidades del sector.

14.1.1 Desarrollo y fortalecimiento institucional

La participación social así como el compromiso que asuman todos los involucrados, los compromisos asumidos y las responsabilidades adquiridas permitirán el logro de los objetivos y alcance de las metas establecidas.

Para ello se hace necesario que tanto el INGUAT como la Mesa Nacional de Turismo Comunitario tienen la misión compartida de conducir la ejecución y consecución de los resultados esperados.

Así mismo es importante que entre los actores y sectores involucrados tengan criterios comunes, ello facilitará el arribo a acuerdos, consensos y acciones consensuadas, proyectando una imagen sólida y confiable.

Las autoridades municipales deberán de involucrarse en la concreción de las acciones del nivel local en las comunidades de destino, buscando el beneficio colectivo.

Deben hacerse esfuerzos por descentralizar tanto en su parte administrativa como financiera las acciones que favorezcan el turismo comunitario.

a. Modernizar la estructura institucional

Es importante que el turismo comunitario pueda ser dotado de un marco legal, por lo cual el INGUAT deberá de proponer al más alto nivel, con respaldo de la Mesa Nacional de Turismo Comunitario, las acciones que se requieran para consolidar la oferta turística del país y la promoción de la imagen del país como lugar preferente.

Por otro lado, se deberá de asignar los recursos humanos y financieros para satisfacer la demanda del sector turístico, así como diseñar la partida presupuestaria para tal fin.

b. Fortalecer las instancias locales

Por su naturaleza del turismo comunitario, es importante fortalecer las instancias locales, propiciando su participación, comunicación y coordinación entre las mismas, a la vez que se propicie la autogestión de las iniciativas.

La intencionalidad es que puedan empoderarse de sus procesos, se fomente la corresponsabilidad y se generen las condiciones para el mejoramiento de la calidad en la oferta de servicios y productos.

Por ello es importante que se abran los espacios de participación local involucrando adicionalmente a los involucrados en la actividad del turismo comunitario, como a las autoridades tradicionales, autoridades locales, Consejos de Desarrollo Urbano y Rural tanto del nivel comunitario, municipal y departamental, representantes de organizaciones no gubernamentales –ONGs-, así como a otros delegados institucionales tanto públicos como privados que se considere oportuno hacerlo.

Este proceso de participación también permite identificar y priorizar las necesidades locales, la formulación del plan de desarrollo turístico y la cartera de proyectos del nivel comunitario, así como acompañar la transparencia de todo el proceso.

Dentro de las líneas de acción se identifican las siguientes:

- Evaluar los esfuerzos de planificación, priorización y formulación de proyectos realizados por los grupos organizados a nivel local, determinando su factibilidad.
- Brindar asistencia técnica necesaria para la formulación, ejecución, monitoreo y evaluación de los proyectos locales.
- Co-adyuvar en la gestión de recursos financieros para implementar los proyectos ya priorizados, con los grupos organizados en el ámbito comunitario.
- Junto a los actores locales, autoridades y delegados de organismos cooperantes, realizar la gestión de recursos financieros nacionales e internacionales, en beneficio de la comunidad.

14.1.2 Coordinación interinstitucional

Siendo el propósito fundamental de facilitar la coordinación y ejecución de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario –MNTC- y su carpeta de proyectos es importante poder consolidar espacios y mecanismos que permitan la articulación de esfuerzos así como la operativización de las acciones.

En ese sentido, la línea de acción que se hace necesaria es el fortalecimiento y consolidación de la MNTC, siendo el ente que aglutina al sector público como privado, participan delegados comunitarios y organismos cooperantes.

Cada actor participante tiene un rol importante que ejecutar y la propia Estrategia les asigna responsabilidades específicas que se desean y cuenta con una visión del país que se desea alcanzar durante el tiempo que dure la implementación de la misma.

14.2 Consolidación de las comunidades de destino y desarrollo de nuevos destinos

En primer instancia se debe de priorizar el fortalecimiento y la consolidación de las comunidades de destino, por las razones que ya se han mencionado con anterioridad, refiriéndonos aquí al mejoramiento de la calidad de servicios y productos ya ofertados.

Pero también se ha hecho referencia a que no se debe de recargar a las comunidades de destino ya existentes, por lo cual se deben de buscar nuevos lugares, tomando como referencia las lecciones aprendidas y las buenas prácticas, con tal de no repetir los mismos errores, estos nuevos espacios deberán de tomar en cuenta las condicionantes básicas para responder a los estándares internacionales aplicados a nivel nacional.

La diversificación permite contar con un turismo dinámico, que despierte el interés de propios y extranjeros, valorizando el patrimonio natural y cultural en correspondencia con las tendencias internacionales, sabiendo aprovechar y captar la recuperación del sector, motivando también al mercado interno, buscando el desarrollo integral, la desconcentración turística y la ventaja de incrementar el número de comunidades de destino con los beneficios que ello trae consigo.

14.2.1 El espacio turístico nacional

Una de las primeras acciones que debe de implementarse en correspondencia con la presente Estrategia Nacional es la elaboración de la cartografía de las comunidades de destino existentes hasta la fecha, las condiciones que ofrecen al turista, vías de acceso, oferta de servicios y productos, centros de tránsito, atractivos naturales y culturales, corredores turísticos que se ubican entre el lugar de partida al lugar de destino.

14.2.2 Prioridades del lado de la oferta

Con el propósito de poder alcanzar los resultados esperados a lo largo de estos primeros cinco años de implementación de la Estrategia Nacional se recomiendan las siguientes acciones:

- Desarrollo de nuevos productos
- Consolidar y diversificar destinos y productos
- Mejorar las condiciones de infraestructura: red vial y vías de acceso secundarias
- Infraestructura que facilite el acceso y recorrido de las comunidades de destino

- Contar con servicios de transporte de calidad
- Los servicios básicos de apoyo tales como seguridad y salud
- Buenas condiciones de alojamiento y alimentación
- Operadores de turismo receptivo, guías turísticos y tour operadores
- Fortalecer los cluster de turismo a nivel nacional y local
- Fomentar la inversión pública y privada en el sector turístico
- Propiciar la evolución del sector con criterios de sostenibilidad.

14.2.3 Impulsar el programa de facilitación turística

Este pilar está orientado a facilitar el acceso del turista extranjero que visita el país y reducir los obstáculos para su estadía, un ejemplo de ello es la obtención de la visa, para los casos que así lo requieran, agilizando su trámite.

La construcción de facilidades e infraestructura debe estar acompañada del suministro de información, la adecuada recepción y la correspondiente señalización de las rutas turísticas.

14.2.4 Desarrollar el programa de fomento a la inversión turística

Ello implica:

a. Implementación y fortalecimiento del sistema de planificación turística

Contar con una planificación es de vital importancia para el desarrollo a largo plazo y afrontar situaciones que puedan surgir en el trayecto de las acciones, esta incorpora tanto las exigencias como necesidades de todos los actores y facilita los niveles de coordinación público-privado, además es la resultante de un proceso de amplia participación y aprobación de prioridades de manera consensuada.

Implica investigar productos y mercados, la promoción de imagen en el exterior, el desarrollo de productos, planes, proyectos, implementación de certificaciones de calidad, un sistema de información eficaz, así como una visión del desarrollo turístico en el corto y largo plazo.

A nivel local deberá de contar con inventarios de los atractivos, servicios e infraestructura con que se cuenta, estudios de la demanda actual y potencial, apoyo y fomento a la empresa turística que propicie encadenamientos productivos y competitivos, conservación y desarrollo de atractivos turísticos, como mínimo.

b. Conformación de una cartera de proyectos

En correspondencia con el estado situacional y las perspectivas a futuro del turismo comunitario, se conformará una cartera de proyectos, desde su prefactibilidad, dirigida tanto al capital nacional como extranjero, habiendo identificado, priorizado, formulado y evaluado dichos proyectos, incluyendo las oportunidades para la inversión privada, así como los rubros de la inversión pública que se consideren necesarios.

Conjuntamente con la Mesa Nacional de Turismo Comunitario se definirán los proyectos por su temporalidad e impacto, tanto de corto, mediano como largo plazo.

También se deberá de tomar en cuenta los criterios de mejoramiento del *paisaje natural y cultural*; *los servicios básicos* que van desde la infraestructura vial, la red de instalaciones sanitarias, suministro de energía eléctrica y agua potable, sistemas de disposición de excretas y basuras, servicios de salud, comunicaciones, entre otros.

La *planta turística* conlleva la existencia de senderos, señalización, mobiliario, servicios sanitarios y seguridad, áreas de descanso, consumo de alimentos, adquisición de recuerdos (souvenirs), todo ello en correspondencia con la protección natural y cultural de las comunidades de destino.

Se deberán de definir lineamientos para la concesión de la planta turística dentro de los atractivos culturales y naturales, a empresas privadas o comunitarias para su administración y mantenimiento, hasta que se puedan alcanzar su grado de autosostenibilidad.

Considerando que el patrimonio cultural es uno de los principales atractivos con los que cuenta Guatemala, *la animación cultural* conlleva a que las organizaciones locales y el Ministerio de Cultura y Deportes, a través de los Vice-Ministerios de Cultura y el de Patrimonio, promuevan las expresiones artísticas, estéticas, gastronómicas, la cultura y tradiciones propias de las comunidades de destino. El INGUAT asesorará en el aprovechamiento turístico de dichas manifestaciones dentro del marco de respeto a la diversidad étnica, cultural, lingüística y religiosa que caracteriza a Guatemala.

c. Revisión del marco jurídico nacional en materia de turismo

Con la finalidad que se cumpla con la labor de promover la inversión necesaria para el desarrollo de las áreas consideradas como prioritarias, de conformidad con el ordenamiento territorial en función de turística y por los productos a desarrollar, se hace necesario definir los incentivos a la inversión en los nuevos destinos turísticos a fin de diversificar la oferta a nivel nacional.

Se requerirán de incentivos de distinta naturaleza, pudiendo ser fiscales o no. Son incentivos fiscales aquellos que se pueda aplicar de manera temporal al fomento a la

inversión en áreas geográficas específicas y que coincidan con las prioridades de esta estrategia.

Los no fiscales se refieren al acceso a financiamiento, promoción en el exterior, presencia en medios, participación en ferias nacionales e internacionales, asesoría técnica, capacitación, entre otros.

Así como la coordinación de esfuerzos con el Ministerio de Economía para agilizar los trámites y garantizar la seguridad y certeza jurídica de las inversiones extranjeras en el sector, como establecer los mecanismos que aseguren que las mismas son de beneficio para el país.

Un programa de desarrollo sostenible del sector turístico

Sabiendo que las nuevas tendencias de la demanda turística ha evolucionado hacia el turismo más respetuoso del medio ambiente y de las culturas locales, la persona que practica el turismo comunitario busca el contacto con la naturaleza, con dinámica local, el entorno que le rodea, pero ello también priva en el inversionista potencial, deseoso de asegurar la competitividad y el éxito de la inversión.

Considerando la expansión del turismo comunitario, como actividad de beneficio local y nacional, se propone:

a. Conservación y protección se sitios turísticos

Dentro de las acciones a implementar se deberá observar la conservación del patrimonio cultural y natural del país, con particular énfasis en las de las comunidades de destino, concatenar esfuerzos con el programa de áreas protegidas, así como la coordinación con otras instituciones tal es el caso del Instituto de Antropología e Historia; darle seguimiento al programa de apoyo a las reservas naturales privadas, coordinar acciones con el Consejo Nacional de Áreas Protegidas y la Asociación de Reservas Naturales Privadas de Guatemala.

De acuerdo con el Código Ético Mundial para el Turismo, de la Organización Mundial del Turismo –OMT-¹⁶ enuncia “*Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad*”, ello implica que es responsabilidad de todas y todos los guatemaltecos lo que suceda con nuestros recursos, por lo cual se debe asumir una postura de mayor compromiso.

¹⁶ Citado en: CAMTUR. Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004 – 2014. El turismo sostenible como eje articulador del desarrollo de Guatemala. Cámara de Turismo de Guatemala. Guatemala, noviembre de 2003

b. Certificación de calidad

Este es uno de los componentes de suyo importante a lo largo de toda la estrategia, que incorporan elementos tales como la construcción, instalaciones, dotaciones, servicios, ubicación, a lo que ahora se adiciona la integración al paisaje, autenticidad del servicio, la relación con el entorno natural y social, criterios que están en constante revisión y actualización.

Además suelen evaluarse cuatro ámbitos, siendo éstos el físico-biológico, planta y gestión de servicio, cliente externo y entorno socioeconómico.

Es considerado que una certificación de calidad de este tipo representa un medio de desarrollo y mercado de un producto diferenciado, confiable y prestigioso tanto ante el consumidor del servicio y/o producto, el turista, como del empresario en tanto potencial inversionista.

La interacción con el ambiente y el entorno social, garantizará procesos y productos en el marco de la sostenibilidad.

14.3 Encadenamiento turístico

En la actualidad se requieren de esfuerzos que cuenten con un alto nivel de coordinación por parte de los actores y sectores que intervienen en esta actividad, ello se aplica de manera directa al turismo comunitario, siendo estas acciones las siguientes:

- Consulta y participación: por su naturaleza el turismo comunitario, el fortalecimiento de las iniciativas ya existentes, como aquellos proyectos que implican nuevos destinos, requieren de la participación de los principales interesados, quienes deben estar presentes en el diseño, ejecución , operación y seguimiento de sus propuestas.
- Restauración del patrimonio material: en donde ello se requiera, los proyectos deberán de incorporar hacer inversiones priorizadas con tal efecto.
- Infraestructura turística: sobre ello ya se ha abordado con anterioridad, aquí lo único que se desea señalar es que las intervenciones tienen que hacerse de manera coordinada e intencionada.
- Facilitación fronteriza: concretamente en el caso del turismo extranjero a efecto de agilizar y hacer eficiente su ingreso al país.
- Iniciativa productiva comunitaria: conformación de empresas comunitarias en asociación con el sector privado, apoyando a los pequeños empresarios y administración de los proyectos por parte de las organizaciones comunitarias.

- Conservación ambiental: implica la coordinación interinstitucional para garantizar la preservación y conservación del medio ambiente de la región.
- Infraestructura social: dotación de servicios a las comunidades más pobres, como mecanismo de coadyuvar al mejoramiento de sus condiciones de vida.

14.4 Integración comunitaria

Con el propósito de garantizar la sostenibilidad del turismo comunitario, tener una visión conjunta tanto de la actividad como del aporte que se brinda al país, se promoverá la integración de niveles organizativos en correspondencia a las regiones del país a efecto que se designen delegados de las comunidades que participen activamente en la búsqueda del mejoramiento colectivo.

- Fortalecimiento del nivel organizativo local.
- Participación en los Comités de Desarrollo Comunitario, Municipal y Departamental, -COCODES, COMUDES y CODEDES, respectivamente.
- Incidencia del turismo comunitario en los planes y proyectos de mejoramiento local.
- Monitoreo de las acciones a implementar en el ámbito comunitario por parte de los delegados locales.

14.5 Sistema de información turística

Uno de los mayores déficits del país es no contar con información cualitativa y cuantitativa que permita tomar decisiones en materia de formulación de políticas y estrategias específicas tal y como lo puede ser el desarrollo y mercadeo de producto, por citar un caso.

La información que se produce tiene una importancia capital en la gestión del conocimiento, que en el caso del turismo y el turismo comunitario, garantizará alcanzar el éxito.

A los indicadores internacionales se hace impostergable la construcción de un sistema de investigación y análisis de oferta y demanda turística, que propicie estadísticas de manera permanente en correspondencia con estándares reconocidos a nivel internacional, que contribuyan a la toma de decisiones a la vez que genere un programa de difusión de la información.

Las líneas de acción propuestas son las siguientes:

14.4.1.1 Estudios integrales e investigación de mercado

- Realizar inventario sobre la infraestructura de acceso; medios de transporte; servicios básicos; condiciones de los atractivos; recorridos turísticos; disponibilidad de servicios; entre otros.
- Elaborar estudios sobre la potencialidad del turismo comunitario, empleando el sistema de información estadístico.
- Establecer un sistema de estudios de mercado que permita conocer las tendencias de la demanda, la oferta y las oportunidades de inversión.
- Recopilar y mantener información actualizada, sobre servicios, productos y precios de la competencia.
- Medir el nivel de satisfacción del turista.
- Identificar y estudiar mercados, segmentos y nichos prioritarios y potenciales
- Elaborar el perfil del turista nacional y extranjero.

14.4.1.2 Desarrollar el sistema nacional de estadísticas

- Diseñar el Sistema de Estadísticas de Turismo Comunitario
- Medición del impacto ambiental, socio-cultural y económico del turismo comunitario en el país.
- Coordinación entre el INGUAT y el Instituto Nacional de Estadística –INE
- Elaboración periódica de informes sobre el comportamiento de la actividad turística del país, tanto a nivel global como desagregada.

14.4.3 Implementar un programa de comunicación

Con la generación de la información, esta debe darse a conocer por lo que las acciones de difusión y relaciones públicas para comunicar de manera eficiente y oportuna permitirán llegar a distintos públicos según su interés en el sector.

Se trata de generar una opinión favorable a la actividad del turismo comunitario y por ende del país, en donde tanto el turista potencial como el real podrán contar con información que les permita tomar mejores decisiones.

Este programa tendrá la responsabilidad de incidir en el posicionamiento de la imagen del país ante la opinión nacional e internacional, a la vez, que mantendrá actualizado a

todo el sector sobre lo que acontece en el país así como en las comunidades de destino.

14.6 Educación y formación turística

Es la educación, la formación y la gestión de los recursos humanos aspectos clave en la consolidación, sostenibilidad y competitividad de todo destino turístico, genera un valor agregado que contribuye a diferenciar y especializar la oferta, enfatizando en la formación de una cultura turística, mejorar la calidad y cobertura de la educación en turismo para todo el país.

Lo anterior tiene una implicación en el fomento de un turismo responsable, en donde las acciones que se implementen deben estar en correspondencia con la identidad étnica, cultural y lingüística de las comunidades de destino, inscritas en un marco de ética, respeto a la diversidad cultural, al medio ambiente y las prácticas sociales y culturales de las comunidades.

Las líneas de acción que se sugieren son:

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

- Coordinación de esfuerzos con el Ministerio de Educación para la incorporación en el Currículo Nacional Base de la propuesta de cultura en turismo, valoración del patrimonio tangible e intangible, la diversidad cultural, en correspondencia con la realidad y diversidad del país.
- Diseño y publicación de material didáctico dirigido a docentes y alumnos de todos los niveles de la educación formal y también para la educación no formal o extraescolar.
- Creación de un sitio web que provea información actualizada y de forma permanente.
- 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.
- Fomentar conjuntamente con el Ministerio de Educación y el Ministerio de Cultura y Deportes, el espíritu de descubrir Guatemala, sus ciudades y comunidades, como parte del acervo cultural de las y los guatemalteco.

14.6.2 Diseño e implementación de un programa de capacitación en turismo comunitario

Resulta fundamental que todos los actores involucrados en la dinámica del turismo comunitario, tanto la formación como la capacitación debe ser una acción permanente, estar renovando los conocimientos y actualizando la información que se va produciendo.

Como se ha mencionado, recursos humanos formados y capacitados hacen la diferencia en la oferta de servicios y productos de calidad, buscando satisfacer los requerimientos de del turismo nacional e internacional.

- Elaborar un diagnóstico de necesidades de capacitación en turismo comunitario, con participación de organizaciones comunitarias, guías, tour operadores, comités y autoridades locales.
- El INGUAT y la Mesa Nacional de Turismo Comunitario diseñarán, formularán y coordinarán el programa de capacitación en turismo comunitario, buscando los mecanismos institucionales para dotar de acreditación académica a los cursantes de dicho programa.
- Ambos organismos buscarán la asistencia técnica de parte de la cooperación internacional a efecto de contar con buenas prácticas, la transferencia de tecnología, obtención de becas y espacios de intercambios así como cruce de saberes.
- Se identificará a la entidad que sea propicia para impartir el curso de capacitación en turismo comunitario.
- Capacitar en el uso de las nuevas tecnologías que han venido a revolucionar la actividad turística.
- Establecer alianzas con Universidades, centros de aprendizaje de idiomas para facilitar oportunidades de aprendizajes de idiomas dirigidos a guías y otros actores involucrados en la atención directa de turistas extranjeros.
- Desarrollar e implementar programas de gestión empresarial y fomento de emprendedores en turismo comunitario.
- Establecer líneas específicas de capacitación para el trabajo, dirigido a mejorar las competencias y el desempeño del recurso humano que tiene una actividad específica dentro de la cadena de atención al turista.

14.6.3 Realizar un programa de sensibilización en turismo comunitario

Este programa estará dirigido a:

- Valorar la actividad como mecanismo generador de bienestar, desarrollo y convivencia armónica en el ámbito local
- Fortalecer la identidad cultural de cada pueblo y la identidad nacional en su conjunto.
- Conservar y valorar los recursos naturales y culturales del país
- Ornato, limpieza e higiene en las comunidades de destino.
- Buen trato al turista que arriba a las comunidades de destino.
- Prevención contra la violencia.
- El INGUAT y la Mesa Nacional de Turismo Comunitario implementarán campañas divulgativas a favor del desarrollo del turismo comunitario.
- Campañas de fomento al conocimiento de los lugares de destino.

14.6.4 Un portal de entrada al turismo comunitario en Guatemala

El aprovechamiento de la tecnología puesta al servicio de esta actividad específica que contribuya a la formación, capacitación, información y sensibilización de:

- Entidades vinculadas al turismo comunitario públicas y privadas.
- Empresarios y cooperantes del sector turístico
- Formadores y capacitadores
- Estudiantes
- Profesionales especializados
- Residentes de las comunidades de destino
- Personal en contacto directo con los turistas
- Turistas nacionales y extranjeros

Dentro de la información que puede encontrarse estará:

- Recomendaciones y códigos de conducta para el turista nacional o extranjero. Información que podrá obtener en idioma español y otros idiomas extranjeros.

- Normas de seguridad
- Boletines informativos
- Material de formación turística
- Buenas prácticas
- Cursos virtuales de formación turística
- Oferta educativa tanto a nivel nacional como en el extranjero en formación turística
- Calendario de actividades

14.7 Mercadeo

Tomando en cuenta la promoción y la comercialización que está en correspondencia con la oferta turística del país, que deben guardar coherencia y congruencia con la oferta real que el turista encontrará en las comunidades de destino, las acciones promocionales deberán de evolucionar en correspondencia con los cambios suscitados en los destinos clásicos, ampliarse y especializarse conforme se diversifique la oferta.

Ello implica:

14.7.1 Prioridades del lado de la demanda

Se requiere enfatizar en las ventajas competitivas que Guatemala ofrece como destino turístico, subrayando su carácter único y especializado.

Para el efecto se requiere ejecutar un programa de promoción de la oferta turística, de manera innovadora, estableciendo mecanismos diferenciados a los segmentos del mercado, que para satisfacer la demanda de los consumidores deberá de hacer una mejora continua de la calidad de los productos y servicios que den como resultado la recomendación de la comunidad de destino.

De igual manera se fortalecerá la promoción del turismo interno.

Dentro de sus líneas de acción están:

- Investigación de mercado: con el objeto de contar con una base para la elaboración de planes de marketing estratégicos y operativos.
- Planes de marketing: contar con una visión de mercadeo integral, sostenible y de largo alcance.

- Promoción: realización de alianzas estratégicas con otros sectores como la iniciativa privada, la creación de fondos mixtos, colocación de aquellos productos que sean más atractivos, definidos y diferenciados.
- Relaciones públicas: establecer un programa de información permanente dirigido a las empresas del sector y a los medios de comunicación para que estos puedan convertirse en aliados para dar a conocer las comunidades de destino.
- Elaboración y envío de boletines.
- Publicidad: campañas cuidadosamente estructuradas realizadas de forma continua y sistemáticamente.
- Monitoreo de las campañas para medir su impacto y el nivel de respuesta que generan.

Líneas de acción:

14.7.2 Establecer la Comisión de Mercadeo de la MNTC

La Mesa Nacional de Turismo Comunitario designará una Comisión de Mercadeo con participación de varios de sus miembros, que funcionará como un ente asesor para las acciones que se realicen en esta materia.

Los esfuerzos de promoción deben hacer uso consistente de la imagen corporativa de la Mesa Nacional, buscando posicionar a Guatemala con criterios únicos por su diversidad, recursos naturales y culturales, ante la opinión pública, con criterio de calidad.

14.7.3 Acciones de promoción

- Identificar mercados de mayor rentabilidad en el exterior por medio de la presentación de destinos así como participación en ferias turísticas, y vinculándose con mayoristas que tienen presencia en el extranjero, entre otros.
- Fortalecer el uso de la tecnología tanto para la promoción como para la comercialización turística.
- Organizar viajes de prensa y filmación.
- Revisión, actualización y desarrollo de herramientas promocionales en función de público objetivo.
- Elaboración de indicadores de éxito para medir la efectividad de todo lo anterior.

14.7.4 Diseño e implementación de un plan de promoción de turismo comunitario

- Bajo la rectoría del INGUAT y contando con la participación de la cooperación internacional, el sector privado, el voluntariado y otros actores involucrados, además del empleo de la tecnología se desarrollarán campañas de promoción del turismo comunitario en Guatemala.
- Propiciar una oferta turística al mercado nacional, con particular atención a los jóvenes y a las personas de la tercera edad.
- Incorporar emprendimientos en materia de turismo.
- Campañas informativas y publicitarias.
- Elaboración de material promocional y guías de sitio dirigidas al mercado local.

14.8 Programa de seguridad

Este programa es entendido como el resguardo de la seguridad física tanto de los visitantes nacionales como extranjeros, sus bienes pero también la observancia de las normas de calidad e higiene y la correlación entre precio y calidad de los servicios prestados.

14.8.1 Protección al turista

Conjuntamente con el Ministerio de Gobernación, el INGUAT y la MNTC se elaborará un plan de protección al turista, solicitando la asistencia técnica de la cooperación internacional, y en apego a las comunidades de destino a efecto de garantizar la vigilancia de carreteras, caminos rurales, comunidades de destino, e incidiendo en que los hechos delictivos contra turistas sigan procesos judiciales efectivos.

La seguridad deberá ser brindada desde un inicio y aplicado en todo momento, en los corredores turísticos, y en con cada sector interviniente en la actividad turística.

De igual manera se establecerán vínculos con la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres –CONRED- para la implementación de medidas en casos de crisis, emergencias o imprevistos que puedan presentarse.

14.8.2 Normas de seguridad e higiene

Se recomienda el establecimiento de un Programa de mejora continua de la calidad que implique tanto la seguridad alimentaria como la seguridad del consumidor.

En el primer caso la definición y divulgación de normas, control, auditoría y monitoreo de la calidad alimentaria en aspectos de salubridad, condiciones de las instalaciones de preparación y venta, manejo de situaciones imprevistas y procedimientos en el caso de reclamos y denuncias, así como en la verificación de que cada establecimiento implementen programas de higiene, control nutricional, control de plagas, capacite a su personal, entre otros.

Se recomienda la aplicación del Manual de Calidad, Higiene e Inocuidad Alimentaria, publicado por la Organización Mundial del Turismo –OMT-.

En cuanto a la seguridad del consumidor, el INGUAT y el sector privado deberán de coordinar acciones para definir y controlar que se cumplan con normas de calidad y en el rango de tarifas correspondientes en los servicios turísticos, orientando por medio de las Oficinas de Información Turística los mecanismos para la atención de necesidades y/o reclamos.

Para ello se recomienda que se establezca una alianza entre el INGUAT y la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO- para atender de manera especializada y diferenciada las quejas de los turistas nacionales y extranjeros.

15 Plan de Acción

Objetivo General		
Objetivo Estratégico	Área de Intervención	Resultado Esperado
Consolidar la oferta turismo comunitario de Guatemala a través de servicios de calidad que satisfagan las necesidades de las comunidades anfitrionas y demás actores involucrados.		
1. Fortalecer a las comunidades empresarialmente para ofrecer al turista un destino altamente competitivo.	Comunidades destino de turismo comunitario.	Comunidades consolidadas en sus proyectos turísticos con criterios de calidad competitiva.
2. Crear alianzas público-privadas entre comunidades sector público, sector privado y cooperación internacional.	Convenios de cooperación, asistencia técnica y financiera entre actores locales y los actores intervinientes en la actividad turística comunitaria.	Fortalecimiento de la relación entre las comunidades de destino y los actores nacionales e internacionales que intervienen en el turismo comunitario.
3. Establecer estándares que permitan la categorización de los destinos de turismo comunitario en Guatemala.	Mejoramiento de la calidad de los productos y servicios ofrecidos en los lugares de destino.	La oferta del turismo comunitario se ha mejorado sustancialmente en correspondencia con criterios internacionalmente aceptados.
4. Promover los destinos turísticos comunitarios en la agenda nacional e internacional, conociendo el comportamiento de su demanda.	Mercadeo y difusión por diversos medios de Guatemala como destino preferente de turismo comunitario.	El impulso del turismo comunitario a todo nivel, se hace en correspondencia con la demanda de este servicio tanto por propios como por extranjeros.
5. Contribuir al mejoramiento del nivel de calidad de vida de las comunidades, en correspondencia con la conservación, protección y promoción de su entorno natural y cultural.	Contribución a la generación de fuentes de empleo, la reducción de la pobreza, el mejoramiento de las condiciones de salud, seguridad alimentaria, educación y conservación del patrimonio natural y cultural.	Los habitantes de las comunidades de destino habrán mejorado sustancialmente sus niveles de vida por medio de la implementación de los emprendimientos de turismo comunitario.
6. Incidir en la creación, promoción a la actualización, adecuación y aplicación de instrumentos jurídicos nacional e internacional que sustenta la actividad de turismo comunitario.	Aplicación de marcos jurídicos nacional e internacional en materia de turismo comunitario a nivel nacional.	Certeza jurídica en las acciones implementadas a nivel nacional, fortaleciendo la institucionalidad del turismo comunitario.

16 ANEXOS

16.1 Marco Lógico

OBJETIVOS			
Objetivo General	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
Consolidar la oferta turismo comunitario de Guatemala a través de servicios de calidad que satisfagan las necesidades de las comunidades anfitrionas y demás actores involucrados.	Al final de la operativización de la estrategia nacional, la demanda de servicios de turismo comunitario habrá tenido un incremento de 25% con relación al año 2010.	Aumento en el número de comunidades de destino. Control de la calidad de los servicios turísticos en marcha. Número de turistas nacionales e internacionales.	Las condiciones económicas del país han permitido su recuperación y consolidación en el mercado nacional e internacional.
Objetivos Estratégicos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
1. Fortalecer a las comunidades empresarialmente para ofrecer al turista un destino altamente competitivo.	El 80% de iniciativas locales se han fortalecido por la implementación de sus planes de negocios, logrando la mejora de la calidad de sus productos y servicios.	La cartera de planes de negocios. El número de personas capacitadas y formadas sobre empresarialidad de turismo comunitario.	Guatemala ha mejorado sus condiciones económicas, políticas y sociales, permitiendo que haya mayor certeza en la inversión de capitales nacionales y extranjeros.
2. Crear alianzas público-privadas entre comunidades sector público, sector privado y cooperación internacional.	Se han establecido, para el año 2015, convenios de cooperación y asistencia técnica entre el sector público, privado, la cooperación internacional y las	El número de convenios de asistencia técnica y de cooperación suscritos.	El país cuenta con normas y reglas económicas y financieras claras que permiten la inversión de capital en el sector productivo.

	comunidades de destino turístico hasta en un 50%.		
6. Establecer estándares que permitan la categorización de los destinos de turismo comunitario en Guatemala.	<p>El 30% de las comunidades de destino, al final del primer quinquenio de la estrategia nacional de turismo comunitario están implementando estándares de calidad en sus servicios y productos.</p> <p>Una propuesta de categorización de destinos turísticos comunitarios se habrá elaborado al 2015 en un 100%.</p>	<p>Un conjunto de estándares de calidad reconocidos nacional e internacionalmente aplicables a servicios y productos de turismo comunitario.</p> <p>Una propuesta de categorización de destinos turísticos comunitarios de índole nacional.</p>	El país en su conjunto se ha logrado posicionar de mejor manera en las opciones preferenciales del turista extranjero.
4. Promover los destinos turísticos comunitarios en la agenda nacional e internacional, conociendo el comportamiento de su demanda.	Promoción y mercadeo, de Guatemala como destino preferente de turismo comunitario, por medio de una campaña de medios se habrá puesto en marcha al 100% y por distintos medios, durante el año 2011 y estará vigente por el resto del período de la estrategia nacional.	Una campaña de publicidad diseñada y puesta en marcha por medios escritos, televisivos, radiales y electrónicos, con cobertura nacional e internacional.	Guatemala ha sido posicionada en la preferencia del turista, nacional y extranjero, que opta por tener contacto con las comunidades, su entorno natural y cultural.
5. Contribuir al mejoramiento del nivel de calidad de	30% de las familias de las comunidades de	Reducción de las enfermedades comunes y	Esfuerzos sistemáticos a nivel de país,

<p>vida de las comunidades, en correspondencia con la conservación, protección y promoción de su entorno natural y cultural.</p>	<p>destino contarán para el 2015, con mejores condiciones de salud, seguridad alimentaria y mayores niveles de escolaridad, fuentes mejoradas de trabajo y un mejor destino de sus ingresos.</p>	<p>prevenibles en las comunidades, mejores prácticas higiénicas, aumento de la cobertura escolar de niñas y niños; más personas capacitadas y formadas en emprendurismo comunitario.</p>	<p>revelan que éste ha mejorado en su Índice de Desarrollo Humano en la última década.</p>
<p>6. Incidir en la creación, promoción a la actualización, adecuación y aplicación de instrumentos jurídicos nacional e internacional que sustenta la actividad de turismo comunitario.</p>	<p>Al finalizar el período de la estrategia nacional de turismo comunitario se contará con un marco jurídico nacional e internacional que sustente legalmente esta actividad y la haga evidente en la agenda pública del Estado guatemalteco.</p>	<p>Un conjunto de instrumentos jurídicos que implican Convenios, Leyes y Reglamentos que regulan y sustentan la actividad del turismo comunitario a nivel nacional.</p>	<p>Guatemala es respetuosa de los instrumentos jurídicos internacionales que son vinculantes con la legislación nacional.</p>
<p>Actividades</p>	<p>Indicadores</p>	<p>Medios de Verificación</p>	<p>Supuestos</p>
<p>1.1 Diseñar el presupuesto, buscar y conseguir apoyo técnico específicamente para turismo para la duración del proyecto o hasta alcanzar la auto-sostenibilidad.</p>	<p>Diseño del perfil de trabajo y aplicaciones entregados a ONGs y cooperación internacional, para la búsqueda de apoyo técnico calificado en el año 2011 al 100%.</p>	<p>Perfil de asistencia técnica. Acreditaciones presentadas a ONGs y Cooperación Internacional. Plan de acompañamiento técnico.</p>	<p>El país ha mejorado sustancialmente su capacidad de captación tributaria, permitiendo al Estado invertir de mejor manera en el segmento turístico nacional y habiendo definido reglas claras para la inversión del</p>

			capital privado.
1.2 Hacer un estudio de mercado respecto a sus empresas individuales evaluando sus clientes y competidores.	Para finales del primer año de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario se habrá diseñado en 100% la propuesta del estudio de mercado e iniciado el trabajo de campo, cuyos resultados deberán estar listos durante el primer trimestre del año 2012.	Entrevistas aplicadas Una encuesta aplicada y datos procesados, Estadísticas construidas, Perfil de consumidor	Luego de la crisis económica mundial, la actividad turística se ha ido recuperando y mejorando paulatinamente en relación al número de visitantes nacionales y extranjeros.
1.3 Evaluar sus recursos tangibles, intangibles, humanos e económicos.	Descripción de los recursos humanos y económicos con los que se cuentan por comunidad de destino, concluida al 100% en el 2011. Un inventario del patrimonio tangible e intangible con que cuentan las comunidades de destino concluido en su totalidad al 2015.	Un balance de los recursos económicos disponibles por comunidad de destino. Una descripción de los recursos humanos con que se cuentan en cada comunidad. Inventario del patrimonio tangible e intangible de cada comunidad de destino.	Guatemala es reconocida mundialmente por su patrimonio tangible e intangible, posicionándola como un lugar preferente en la agenda del turismo nacional como del extranjero.
1.4 Hacer un inventario de atractivos turísticos e identificar para el desarrollo de sus productos o servicios.	Para el año 2012 se habrá elaborado un completo inventario de los atractivos turísticos e identificados los productos y servicios a desarrollar.	Inventario de atractivos concluido. Potenciales productos y servicios identificados.	Las condiciones del país han mejorado para ofrecer, con la certeza que encontrará servicios y productos de alta calidad.
1.5 Capacitar a prestadores de servicios turísticos sobre planes de negocios. Acompañado por el	Al final de este primer período de implementación de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, el 100% de los	Un programa de formación y capacitación permanente sobre Planes de Negocios.	Tanto el sector público como privado han asumido una postura de apoyo al emprendurismo principalmente en los segmentos

apoyo contratado	prestadores de servicios habrán sido capacitados en Planes de Negocios, según sus propias competencias.		económicos menos explorados y con participación activa de los segmentos más jóvenes de la población.
1.6 Implementar un sistema de educación continua en áreas de microfinanzas, contabilidad, mercadeo, entre otros.	Un programa de educación continua en áreas contables y financieras concluido para el año 2011 y puesto en marcha un año después en con un aumento progresivo de 25% hasta el final del período de la Estrategia.	El Programa de Estudios diseñado. Los sistemas de contabilidad, finanzas y mercadeo, funcionando en cada iniciativa local. Un registro de participantes. Evaluaciones aplicadas.	Las autoridades del Ministerio de Educación, Finanzas y Economía avalan y respalda el sistema de educación continua, la formación y capacitación de los recursos humanos vinculados a esta actividad.
1.7 Ejecutar los Planes de Negocios	Durante el año 2011 se hará una revisión y actualización de la Metodología de Negocios Turísticos Comunitarios – NETCOM- de la REDTURS para su puesta en marcha de manera progresiva a partir del 25% hasta alcanzar su totalidad.	La metodología de Planes de Negocios diseñada por REDTURS está siendo implementada. Los Planes de negocios elaborados y en condiciones de ser puestos en marcha.	Las condiciones macroeconómicas del país han mejorado sustancialmente favoreciendo al turismo comunitario para su consolidación y expansión.
1.8 Evaluar y monitorear la implementación de los planes de negocios	Durante los años 2011 y 2012 se habrá diseñado y puesto en marcha un sistema de sistematización, monitoreo y evaluación de los Planes de Negocios que están operando. La misma se aplicará semestral	Diseño y puesta en marcha de variables e indicadores de medición y evaluación de progreso e impacto de los Planes de Negocios.	El sector turístico de Guatemala y con particular énfasis la actividad de turismo comunitario tendrá certeza plena del impacto que está teniendo en la economía local y nacional.

	y anualmente a partir de su aprobación.		
1.9 Innovar y mejorar permanentemente los criterios de competitividad a nivel nacional e internacional.	Para el 2011 se tendrá certeza plena sobre los criterios de competitividad en turismo comunitario de acuerdo a los requerimientos del mercado nacional e internacional.	Lista de criterios definidos en materia de competitividad turística.	Guatemala se ha logrado posicionar dentro de los destinos preferentes para la práctica del turismo comunitario, gracias al mejoramiento de sus condiciones políticas, económicas y de seguridad a nivel nacional.
2.1 Coordinar entre el Sector Privado organizado, las Organizaciones No Gubernamentales, agencias, programas y proyectos de la cooperación internacional, para el desarrollo del Plan de Acción conjunto a favor del posicionamiento y fortalecimiento del turismo comunitario en Guatemala.	Un plan de trabajo diseñado y en marcha al 100% para la ejecución de acciones de coordinación entre todos los sectores involucrados, desde el año 2011.	Plan de Acción 2011 – 2015 Tareas asignadas por actor y sector dentro del Plan de Acción. Convenios suscritos. Listado de organizaciones miembros de la Mesa Nacional de Turismo Comunitario.	Se han definido reglas claras para la inversión nacional y extranjera dirigidas a la actividad turística, contando con respaldo gubernamental y la confianza de los inversionistas nacionales como extranjeros.
2.2 Brindar asesoría técnica a las iniciativas comunitarias en el diseño y formulación de planes de negocios dentro de un programa de emprendurismo y calidad de servicios turísticos.	Un Programa de Emprendurismo y calidad de servicios de productos turísticos diseñado e implementándose, en el 2012 en 100% de su capacidad.	Número de personas capacitadas y poniendo en marcha sus planes de negocios.	La inversión en la formación y capacitación del recurso humano tienen sus efectos en la satisfacción de la demanda del turismo nacional y extranjero.
2.3 Fortalecer la empresa comunitaria, en su capacidad de gestión, al mismo	10 % de los destinos comunitarios que tributan. Porcentaje del	Estadísticas de la SAT Registro de destinos y clasificación de los	Tanto el gobierno central como los gobiernos locales, así como el sector privado organizado

nivel de la empresa privada, para lograr su visibilización.	presupuesto del estado que se destina a los destinos de turismo comunitario. Porcentaje del presupuesto municipal destinado al apoyo de turismo comunitario	mismos en INGUAT	y las agencias de cooperación impulsan y apoyan el emprendurismo local, como mecanismo de mejoramiento de las economías comunitarias.
2.4 Lograr un espacio de representatividad ante los Consejos de Desarrollo como mecanismo para garantizar que los beneficios lleguen hasta las comunidades.	Para el año 2015, se habrá logrado que el 50% de cada municipio por lo menos cuente con la presencia de un proyecto es de TC en sus Consejos de Desarrollo	El reconocimiento por parte de las autoridades municipales de un proyecto local de turismo comunitario.	Existe una clara voluntad política de parte de las autoridades locales al reconocimiento de las iniciativas comunitarias, la incorporación de éstas tales como loas CAT'S, Comunitarios, las ONGs, y la disposición de coordinar con INGUAT y el sector privado en beneficio de la colectividad.
2.5 Creación y fortalecimiento de las Agencias de Desarrollo Económico Local (ADEL)	Para el año 2015 se habrán creado y/o fortalecido una ADEL en cada Departamento.	Estadísticas de proyectos gestionados y ejecutados en cada una de la ADEL a nivel departamental	Existe una voluntad expresa de parte de las organizaciones comunitaria de mejorar los niveles de coordinación e interacción a nivel local.
2.6 Creación de un departamento de turismo comunitario en INGUAT.	La actividad del turismo comunitario es plenamente e institucionalmente reconocida por el INGUAT	Personal Técnico asignado ex profeso al Turismo Comunitario. Una partida presupuestaria específica. Inclusión dentro del organigrama institucional.	El Estado guatemalteco reconoce al turismo comunitario como un mecanismo de reducción de la pobreza en las comunidades de destino.
3.1 Implementación	Consolidación de	Estándares	Guatemala se ha

de los estándares de calidad del turismo comunitario.	los criterios prevaecientes en los estándares nacionales e internacionales de calidad del turismo comunitario, para el 2011, en 100%.	nacionales internacionales reconocidos.	colocado en los primeros puestos de las preferencias turísticas a nivel regional.
3.2 Revisión, actualización, aprobación e implementación de los estándares de calidad correspondientes al turismo comunitario.	Una propuesta de categorización de los destinos de turismo comunitario elaborada y en marca desde el 2012, en 100%.	Estándares internacionales nacionales aprobados y adoptados. Una lista de criterios de categorización de los destinos comunitarios.	La actividad turística, primordialmente la comunitaria, es permanentemente monitoreada y evaluada en relación a los estándares internacionales por parte de los órganos competentes a nivel mundial.
3.3 Crear un sistema informático que permite medir el progreso del turismo comunitario a través de variables e indicadores de aplicación nacional.	Una base de datos para la medición de progreso y análisis comparativo del comportamiento del turismo comunitario, diseñada en el año 2011 y funcionando un año después en 100%.	Variables, indicadores definidos.	El número de turistas nacionales y extranjeros ha aumentado significativa y progresivamente, según los reportes anuales correspondientes.
3.4 Sensibilización de autoridades sobre la importancia del turismo comunitario.	Una campaña de sensibilización dirigida a tomadores de decisiones a nivel nacional y municipal diseñada e implementándose en el año 2011	Las propuestas políticas de autoridades locales o candidatos locales y nacionales incluyen en sus planes de gobierno una especial atención al fortalecimiento del turismo comunitario, en correspondencia con las necesidades	Las autoridades del gobierno central, de las municipalidades, y las autoridades locales, conocen y reconocen el importante aporte que brinda el turismo comunitario a las economías familiares y locales.

		locales.	
4.1 Fomento a la promoción del posicionamiento de Guatemala con destino preferencial para la práctica del turismo comunitario.	Una campaña de promoción de carácter nacional e internacional, puesta en marcha al 100% en los medios de comunicación masiva incluyendo los electrónicos, a partir del 2011.	La campaña publicitaria de promoción de la imagen país.	Guatemala, gracias al esfuerzo y trabajo de los distintos actores y sectores involucrados en esta actividad, es reconocida internacionalmente como un lugar preferente de destino para practicar el turismo comunitario.
4.2 Diseñar e implementar un programa de formación y capacitación sobre turismo comunitario dirigido a comunicadores sociales.	Para el año 2011 se habrá diseñado el programa de formación y capacitación dirigido a comunicadores sociales de distintos medios y con representación nacional.	El programa de formación y capacitación diseñado. Lista de comunicadores sociales identificados. Creación de un Premio Especial Anual al mejor comunicador y mejor trabajo que se haga en pro del turismo comunitario.	Se ha generado una opinión pública favorable en torno a la actividad del turismo comunitario en el país.
4.2 Optimizar la calidad de los servicios y productos de los lugares de destinos en respuesta a las demandas del turismo nacional e internacional.	La cadena de producción de servicios turísticos del ámbito comunitario se habrá implementado a partir del año 2011, en un 25% y seguirá en aumento igual por el resto de los años de la estrategia hasta alcanzar su máximo en el 2015.	Inventario de los lugares de destino. Lista de los actores nacionales involucrados en la actividad de turismo comunitario. Estándares nacionales e internacionales aprobados.	Las condiciones del país, la inversión hecha en el mejoramiento de servicios y productos turísticos dan como resultado una actividad reconocida por su excelencia de calidad.
4.3 Capacitación	Optimizar la	Verificar que se llevaron a cabo las	Los niveles de escolaridad formal

<p>sobre Calidad en Servicios y adiestramiento a los prestadores de servicios turísticos.</p>	<p>calidad de los servicios y productos de los lugares de destino en respuesta a las demandas del turismo internacional y nacional en un 25% por año para llegar a un 100% en el 2014</p> <p>Capacitaciones de acuerdo al nivel de captación de los participantes y alfabetizar a los prestadores de servicios en un 35% anual como mínimo</p>	<p>capacitaciones.</p> <p>Evaluaciones constantes</p> <p>Comparación de mejoras en encuestas y formatos de informes</p> <p>Auditoria de calidad de servicios.</p> <p>Evaluación sobre el contenido de la capacitación y el capacitador.</p>	<p>y no formal han aumentado significativamente en beneficio del país.</p>
<p>4.4 Aumentar la capacidad y calidad de atención al turista.</p>	<p>Diagnóstico sobre que se desea ofrecer al turista para enero 2012</p> <p>Un 50% de las capacitaciones serán idioma materno de la comunidad</p> <p>Personal capacitado a un 75% anual</p> <p>Contar con equipo suficiente para atender al visitante en un 50 % y</p>	<p>Estadísticas</p> <p>Libros de Registro</p> <p>Encuestas y libros de registro de visitantes en todas las comunidades.</p> <p>Comentarios directos o indirectos de los usuarios sobre los servicios turísticos recibidos.</p> <p>Revisión constante del Libro de Quejas</p> <p>Contar con un libro para dejar</p>	<p>Las condiciones políticas y económicas del país, así como el control sobre los índices de inseguridad ciudadana han mejorado sustancialmente.</p>

	logara en el 2113 el 100%	comentarios positivos o negativos sobre los servicios recibidos.	
5.1 Coordinación con los sectores de salud, educación, producción, prevención, seguridad ciudadana y otros del nivel local, para favorecer integralmente a los actores comunitarios vinculados a la oferta de servicios turísticos.	Un mecanismo de coordinación con otros actores públicos en el ámbito local para incidir en el mejoramiento de las condiciones de vida de los actores comunitarios será puesto en marcha desde el 2011 y estará funcionando en 100% desde el 2012 hasta el 2015.	Mejoramiento de los índices de Salud y Nutrición. Aumento de la cobertura escolar. Incremento de las fuentes de empleo. Aumento los ingresos familiares.	Las condiciones del país han cambiado a mejor, existe una clara coordinación de sectores públicos y privados a favor de elevar las condiciones de vida de las comunidades, la reducción de la pobreza así como la consolidación de programas de desarrollo sostenible.
5.2 Evaluar los recursos de salud y educación en cada comunidad	Por el año 2015 se ha realizado una encuesta comunitaria en el 100% de los centros de salud y las escuelas	Establecer una comisión de evaluación de los centros de salud y centros educativos Elaboración comunitaria de una encuesta para los centros de salud y escuelas Hacer inventario necesidades de los centros de salud y centros educativos	El país hace una importante apuesta al mejoramiento de las condiciones de salud y educación por medio de una inversión sostenida en relación al Producto Interno Bruto –PIB-.
5.3 Fortalecimiento de la educación ambiental	A partir de 2012, desarrollar un plan estratégica para el fomento y implementación de la educación ambiental para el 25% de las escuelas	Establecer un comité de educación ambiental que incluya representantes de COCODE, promotores de salud, docentes, líderes juveniles, representantes de otros asociaciones	El Ministerio de Educación ha incorporado en el Currículo Nacional Base la propuesta de educación ambiental y esta se está implementando a

		<p>comunitarias</p> <p>Fomentar un reglamento comunitario que tenga normas de comportamiento</p> <p>Plan de manejo y implementación de educación ambiental</p> <p>Realizar una serie de capacitaciones a las comunidades con respeto a educación ambiental</p>	nivel nacional.
5.4 Evaluación de las necesidades de cada familia para mejorar la vida de todas	Una encuesta nacional, aplicada en el año 2012 en las comunidades de destino, para establecer las principales necesidades familiares, aplicada en 100%.	<p>El instrumento de encuesta diseñado.</p> <p>Elaboración del plan de acción para la aplicación de la encuesta de necesidades básicas de las comunidades de destino.</p> <p>Programa de capacitación a encuestadores.</p> <p>Base de datos diseñada.</p> <p>Informe de Resultados elaborado.</p>	De acuerdo con el III Informe de las Metas de Desarrollo del Milenio, correspondiente al año 2010, las condiciones de vida de las y los guatemaltecos han mejorado sustancialmente, habiendo reducido la brecha de las desigualdades, aunque no se han superado todas las inequidades.
5.5 Elaboración del plan estratégico de cada comunidad y organización con apoyo técnico	Cada comunidad tiene su propio plan de trabajo para cada año con un comité que es responsable a ver si la comunidad está logrando sus	<p>Plan estratégico comunitario.</p> <p>Registro de asistencia técnica brindada cada cuatro meses.</p> <p>Lista de</p>	Las y los ciudadanos participan activamente en beneficio de sus comunidades, tomando conciencia de la

	compromisos. El primer plan estará preparado a finales 2011.	comunidades beneficiadas. Control de cambios registrados a nivel comunitario.	importancia que tiene su participación en los distintos niveles de la vida pública.
6.1 Revisar los marcos jurídicos nacional e internacional que regulan la actividad del turismo comunitario.	Actualización del 100% de la normativa del turismo comunitario, para el año 2015.	Convenciones, leyes, reglamentos y otros instrumentos en que se sustenta la actividad del turismo comunitario.	Los actores y sectores involucrados en el turismo comunitario tienen una clara panorámica del marco jurídico nacional e internacional que les ampara en sus actividades diarias.
6.2 Incidir en las Comisiones de Turismo, cultura, finanzas, economía, desarrollo rural y comunidades indígenas del Congreso de la República se ha desarrollado tanto para tener un marco legislativo favorable como contar con la asignación presupuestaria correspondiente.	Implementación de un mecanismo de cabildeo e incidencia con Presidentes de Comisiones de Trabajo del Congreso de la República y otros miembros de las mismas, funcionando al 100% a partir del año 2012.	Un marco normativo que respalda y regula la actividad de turismo comunitario en Guatemala.	En la sociedad guatemalteca priva un ambiente de diálogo, la búsqueda del bienestar común y la certeza jurídica en las acciones públicas y privadas.
6.3 Crear comisiones para que se hagan las gestiones ante el congreso para la propuesta de Leyes y Reglamentos específicos.	Comisión Legislativa de Turismo Comunitario, creada por competencias de cada tema. Organizadas y funcionando al 100% al 2015.	Presentación de las leyes, presentación de propuestas de leyes y actas jurídicas para establecer las acciones a realizar.	La clase política guatemalteca representada en el Congreso de la República, actúa en beneficio del bien común, creando certeza jurídica en las acciones que se implementan a nivel de país.
6.4 Crear una Comisión Nacional de seguridad al turismo. ASISTUR	50% de las comunidades han logrado y cuentan con el programa y	Que tengan su equipo, capacitaciones, uniformes y un	La inseguridad ciudadana se ha reducido sustancialmente y

<p>extender sus acciones y ampliar su participación y responsabilidades hasta las comunidades (ASISTUR a nivel comunitario)</p>	<p>personal de ASISTUR en sus comunidades.</p>	<p>sistema de manejo y un sistema de comunicación. Que tengan plan de prevención y asistencias por comunidad.(Plan Comunidad Segura)</p>	<p>se vive en un clima de mayor tranquilidad y armonía.</p>
<p>6.5 Ampliar la representatividad de las Organizaciones departamentales para que exista representación de las comunidades de cada departamento dentro de la Mesa NTC y poder darle seguimiento a todas las gestiones de la presente estrategia.</p>	<p>El 100% de las comunidades se han unido y forman parte de la MNTC en forma estructurada por Departamentos (político-geográficos) de Guatemala, para el año 2015.</p>	<p>Actas de participación ante la MNTC con la representatividad de todos los departamentos, propuestas y proyectos presentados ante la mesa. Plan Operativo de la MNTC (incluyendo reuniones regionales) y cumplimiento del plan Operativo.</p>	<p>Las y los ciudadanos participan activa y responsablemente en función del bien común de sus comunidades y del país.</p>

16.2 Matriz de resultados esperados

Actividades	Productos	Efectos	Impacto
1.1 Diseñar el presupuesto, buscar y conseguir apoyo técnico específicamente para turismo para la duración del proyecto o hasta alcanzar la auto-sostenibilidad.	La propuesta de presupuesto global de la estrategia por componente.	Determinar el costo real de la operativización de los proyectos que conlleva la concreción de la Estrategia de Turismo Comunitario.	Tener un instrumento de negociación para la obtención de la asistencia técnica para la implementación de las acciones.
1.2 Hacer un estudio de mercado respeto a sus empresas individuales evaluando sus clientes y competidores.	El estudio de mercado con la evaluación de clientes y competidores.	Se tendrá un pleno conocimiento de mercado, identificando potenciales clientes, competidores y ventanas de oportunidad para el desarrollo de productos y servicios.	Las acciones que se implementen habrán visto reducidas sus niveles de riesgo y calculado la probabilidad de éxito.
1.3 Evaluar sus recursos tangibles, intangibles, humanos e económicos.	Conocimiento de los recursos tangibles e intangibles con que se cuentan, así como el capital social y los recursos económicos que se disponen para el desarrollo de las actividades.	Actores y sectores involucrados conocen con certeza plena los recursos con que cuentan para el desarrollo de sus proyectos.	A partir de conocer sus potencialidades y debilidades se pueden mejorar sustancialmente las intervenciones para alcanzar los criterios de calidad en servicios y productos que se ofrecen.
1.4 Hacer un inventario de atractivos turísticos e identificar para el desarrollo de sus productos o servicios.	Un inventario nacional de las comunidades de destino que será actualizado permanentemente.	Se reducirá hasta desaparecer, el grado de incertidumbre que priva en la actualidad sobre el número de comunidades de destino turístico comunitario en el país.	Todas las decisiones que se tomen se harán con pleno grado de certeza de dónde y cómo se interviene.

<p>1.5 Capacitar a prestadores de servicios turísticos sobre planes de negocios. acompañado por el apoyo contratado</p>	<p>Un plan de capacitación permanente dirigido a los prestadores de servicios turísticos comunitarios.</p>	<p>La aplicación de la metodología de Planes de Negocios, diseñada por REDTURS está poniéndose en marcha y funcionando con resultados que son plausibles.</p>	<p>La oferta de servicios y productos habrá elevado su calidad gracias a la capacitación permanente de los prestadores de servicios, cuya evolución se pone de manifiesto en sus Planes de Negocios.</p>
<p>1.6 Implementar un sistema de educación continua en áreas de microfinanzas, contabilidad, mercadeo, entre otros.</p>	<p>El programa de formación continua ha sido diseñado y se encuentra ejecutándose.</p>	<p>Mejoramiento en la ejecución, control y eficiencia de la gestión de los proyectos de turismo comunitario.</p>	<p>Se tiene un mejor control en materia de inversión y ganancias netas como producto de la actividad desarrollada en materia de turismo comunitario.</p>
<p>1.7 Ejecutar los Planes de Negocios</p>	<p>Implementación de los Planes de Negocios por parte de las organizaciones comunitarias.</p>	<p>La optimización de los recursos, haciendo más eficiente y rentable la actividad turística comunitaria.</p>	<p>Se han desarrollado las habilidades y competencias gerenciales de parte de las organizaciones y actores involucrados a nivel comunitario.</p>
<p>1.8 Evaluar y monitorear la implementación de los planes de negocios</p>	<p>Un sistema de monitoreo y evaluación ha sido puesto en marcha para garantizar el alcance de los mejores resultados.</p>	<p>Se tiene un control más efectivo sobre la actividad desarrollada en el turismo comunitario, la calidad de sus productos y servicios, así como el desempeño de aquellos actores que intervienen en el mismo.</p>	<p>Durante la ejecución de las acciones se pueden operar mecanismos correctivos que permitan alcanzar mejores resultados al mismo tiempo que hacer rendición de cuentas de procesos cuali y cuantitativos.</p>
<p>1.9 Innovar y mejorar permanentemente los criterios de</p>	<p>Han sido definidos y aceptados los criterios de competitividad que regirán la actividad</p>	<p>La práctica cotidiana hará que dichos criterios sean permanentemente</p>	<p>Los productos y servicios cada vez serán de más alta calidad.</p>

competitividad a nivel nacional e internacional.	del turismo comunitario.	revisados, actualizados y/o modificados a efecto de buscar su mejora.	
2.1 Coordinación entre el Sector Privado organizado, las Organizaciones No Gubernamentales, agencias, programas y proyectos de la cooperación internacional, para el desarrollo del Plan de Acción conjunto a favor del posicionamiento y fortalecimiento del turismo comunitario en Guatemala.	Consolidación del ente regulador del turismo comunitario nacional, en derredor del cual el Plan de Acción involucra con sentido de corresponsabilidad a todos los actores y sectores involucrados en su implementación y mejoramiento.	Desarrollo de la visión de país y sentido de corresponsabilidad en relación al sector turístico del nivel comunitario.	La corresponsabilidad entre los actores y sectores, para con el país por medio de una actividad concreta, con miras al mejoramiento del sector, de las comunidades y de Guatemala en general.
2.2 Brindar asesoría técnica a las iniciativas comunitarias en el diseño y formulación de planes de negocios dentro de un programa de emprendurismo y calidad de servicios turísticos.	Un programa de asistencia técnica en el diseño de planes de negocios desde un enfoque de emprendurismo.	Mejoramiento de los negocios de turismo comunitario de las comunidades.	Las comunidades manejando rentablemente sus propios negocios.
2.3 Fortalecer la empresa comunitaria, en su capacidad de gestión, al mismo nivel de la empresa privada, para lograr su visibilización.	Programa de formación y capacitación de la gestión del turismo comunitario.	Desarrollo de la capacidad de gestión empresarial por medio de la formación y capacitación del recurso humano.	Se han fortalecido las capacidades locales instaladas, mejorando su desempeño empresarial.
2.4 Lograr un espacio de representatividad ante los Consejos de Desarrollo como mecanismo para garantizar que los beneficios lleguen	Una propuesta de incorporación de delegados de las organizaciones locales de turismo comunitario ante los Consejos de Desarrollo.	Las propuestas de mejoramiento y consolidación del turismo comunitario son tomadas en cuenta y avaladas por las autoridades locales.	El turismo comunitario hace una clara contribución al desarrollo local en correspondencia con su entorno natural y cultural.

hasta las comunidades.			
2.5 Creación y fortalecimiento de las Agencias de Desarrollo Económico Local (ADEL)	Cada Departamento de la República cuenta con una institución responsable de coadyuvar con el fortalecimiento y desarrollo económico productivo del nivel local.	La organización local se habrá fortalecido a través de la institucionalización de procesos de desarrollo local, articulando de mejor manera los esfuerzos de desarrollo económicos y productivos.	Se cuenta con mejores mecanismos de articulación de las iniciativas locales en búsqueda del bien común.
2.6 Creación de un departamento de turismo comunitario en INGUAT.	El reconocimiento del turismo comunitario con una fuente de desarrollo local con impacto nacional.	La asignación de recursos económicos y financieros para el fomento de la actividad turística comunitaria a nivel nacional.	La institucionalidad del turismo comunitario es reconocida y consolidada para el desarrollo de sus actividades en beneficio del país y su posicionamiento a nivel internacional.
3.1 Implementación de los estándares de calidad del turismo comunitario.	Mejoramiento de la oferta de servicios turísticos en correspondencia con criterios internacionales.	Satisfacción de la demanda del turista nacional e internacional, por los servicios brindados.	Aumento en la preferencia de Guatemala con lugar de destino turístico.
3.2 Revisión, actualización, aprobación e implementación de los estándares de calidad correspondientes al turismo comunitario.	Listado de estándares de calidad a aplicar en el ámbito nacional.	Mejoramiento de la calidad de los servicios ofertados.	Satisfacción de la demanda del turismo nacional e internacional
3.3 Crear un sistema informático que permite medir el progreso del turismo comunitario a través de variables e indicadores de aplicación nacional.	Una base de datos que permita generar informes sistemáticos de progreso del sector.	Análisis comparativo de la evolución del sector turístico del ámbito comunitario.	Toma de decisiones que permitan hacer correcciones, en caso de ser necesario, para el mejoramiento de los resultados esperados.
Sensibilización de	Las autoridades	Se cuenta con el	Hay una clara

autoridades sobre la importancia del turismo comunitario.	tanto del nivel local como nacional están conscientes de la importancia que tiene el turismo comunitario para el desarrollo del país, y su contribución para la erradicación de la pobreza.	respaldo institucional de las autoridades gubernamentales del nivel central y municipal para el fomento y desarrollo del turismo comunitario y las actividades que conlleva.	voluntad política para consolidar el turismo comunitario, como vía que contribuye al desarrollo local y nacional.
4.1 Fomento a la promoción del posicionamiento de Guatemala con destino preferencial para la práctica del turismo comunitario.	Campaña publicitaria de promoción de Guatemala como destino preferencial para la práctica del turismo comunitario.	Aumento del número de turistas nacionales e internacionales que practican el turismo comunitario, incrementando la oferta de servicios y mejoramiento de los ingresos para los actores involucrados en la cadena de producción.	Posicionamiento de Guatemala como destino preferente de turismo comunitario.
4.2 Optimizar la calidad de los servicios y productos de los lugares de destinos en respuesta a las demandas del turismo nacional e internacional.	Lugares de destino que ofertan servicios de calidad al turismo nacional e internacional.	Satisfacción de la demanda de calidad.	Aumento de la demanda del sector, con lo cual Guatemala se beneficia en todo aspecto.
4.3 Capacitación sobre Calidad en Servicios y adiestramiento a los prestadores de servicios turísticos.	Mejoramiento de los servicios prestados con criterios de calidad.	Gracias a la capacitación constante se ha elevado la calidad de los prestadores de servicios.	Se ha logrado satisfacer la demanda del turismo nacional y extranjero que desea servicios y productos de calidad en sus visitas a las comunidades de destino.
4.4 Aumentar la capacidad y calidad de atención al Cliente.	Productos y servicios de calidad que responden a las expectativas del turista nacional y extranjero.	Se ha logrado satisfacer la demanda que recae sobre el turismo comunitario, con criterios de calidad,	Existe una corriente de opinión favorable a Guatemala que la hace recomendable ante la comunidad

		calidez y hospitalidad.	internacional como destino preferente para la práctica de turismo comunitario.
5.1 Coordinación con los sectores de salud, educación, producción, prevención, seguridad ciudadana y otros del nivel local, para favorecer integralmente a los actores comunitarios vinculados a la oferta de servicios turísticos.	Un plan de acción conjunta del nivel local entre actores y sectores público, privado, ongs, y comunitarios para el mejoramiento de la calidad de vida de los mismos.	Mayor incidencia en las acciones, programas y proyectos que se implementen a nivel local por medio de la coordinación interinstitucional.	Las condiciones de vida de los actores comunitarios habrá mejorado con creces gracias a las acciones derivadas de la actividad turística, con una visión de desarrollo integral.
5.2 Evaluar los recursos de salud y educación en cada comunidad	Se conocen las condiciones actuales en materia de salud, seguridad alimentaria y nutricional, cobertura de educación y oportunidades educativas de las comunidades de destino.	Las propuestas que surjan para la intervención en estas áreas se harán en correspondencia con las necesidades de cada una de las comunidades de destino en donde se tiene presencia.	Mejorar las condiciones de vida de las comunidades implica contar con los recursos humanos, técnicos y financieros para ello, así como intervenciones coordinadas con un enfoque interinstitucional para garantizar mejores resultados y más duraderos.
5.3 Fortalecimiento de la educación ambiental	Asumir un compromiso con su entorno natural y cultural, protegiéndolo, conservándolo y promoviéndolo.	La comunidad se hace responsable por el presente y futuro de sus recursos naturales así como de su patrimonio cultural tangible e intangible.	Tanto las niñas, los niños, adolescentes y la población adulta han tomado consciencia de la importancia que tiene en sus vidas su entorno natural y cultural.
5.4 Evaluación de las necesidades de cada familia para mejorar la vida de todas	Un censo por comunidad para determinar el estado situacional de las familias en los lugares de destino será	Se tendrá un conocimiento pleno de cuáles son las necesidades socioeconómicas que tienen las familias para poder	Solo en la medida en que los actores comunitarios tengan niveles de vida aceptables podrán ofrecer mejores

	aplicado y revisado periódicamente.	diseñar planes de intervención en respuesta a sus demandas.	condiciones de receptibilidad a los turistas que les visiten.
5.5 Elaboración del plan estratégico de cada comunidad y organización con apoyo técnico	La actividad turística comunitaria hace una clara contribución al mejoramiento de la calidad de vida de las familias que participan de ella, pero se requiere de acciones programadas, planificadas e intencionadas, para ello son los planes estratégicos locales.	Una mejor organización de los actores y sectores intervinientes, con objetivos y metas claras, asignación de responsabilidades y una ruta crítica que seguir para su implementación.	Se habrá fortalecido la capacidad técnica instalada en cada organización comunitaria en su capacidad de formulación de sus planes estratégicos y operativos de trabajo, con el propósito de optimizar sus recursos y tener mejores resultados.
6.1 Revisar los marcos jurídicos nacional e internacional que regulan la actividad del turismo comunitario.	El marco jurídico del turismo comunitario de Guatemala	Certeza jurídica en la implementación de las acciones y de respaldo institucional al segmento turístico nacional.	Mayor margen de maniobra para la solicitud de asistencia técnica, financiera y otros con órganos públicos y cooperación internacional.
6.2 Incidir en las Comisiones de Turismo, cultura, finanzas, economía, desarrollo rural y comunidades indígenas del Congreso de la República se ha desarrollado tanto para tener un marco legislativo favorable como contar con la asignación presupuestaria correspondiente.	Asignación presupuestaria de fondos del Estado a través del Presupuesto General de Ingresos y Egresos, destinada a al fomento y fortalecimiento del turismo comunitario.	Fortalecimiento de la institucionalidad del turismo comunitario nacional.	Posicionamiento del sector de turismo comunitario en la agenda de país.
6.3 Crear comisiones para	Especializar a un equipo técnico de delegados	Un Equipo Técnico de alto nivel conformado por	El reconocimiento legal de la actividad turística

que se hagan las gestiones ante el congreso para la propuesta de Leyes y Reglamentos específicos.	institucionales, quienes contando con asesorías específicas, puedan desarrollar niveles de alta negociación, cabildeo e incidencia con legisladores y tomadores de decisión para la construcción del marco jurídico que sustente y respalde la actividad de turismo comunitario.	delegados de organizaciones comunitarias y asistidos técnicamente prestan su servicio a todos los involucrados en esta actividad para tener certeza jurídica en su proceder.	comunitaria así como de los actores y sectores intervinientes en la misma, por medio de la aplicación de las leyes regulares del país y de instrumentos internacionales ratificados por el Estado guatemalteco.
6.4 Crear una Comisión Nacional de seguridad al turismo. ASISTUR extender sus acciones y ampliar su participación y responsabilidades hasta las comunidades (ASISTUR a nivel comunitario)	Incidencia en el mejoramiento de las condiciones de seguridad en las comunidades de destino.	Creación de mecanismos de coordinación interinstitucional con los entes responsables de la seguridad ciudadana, salvaguardando la integridad del turismo nacional e internacional.	La imagen del país habrá mejorado sustancialmente, en materia de seguridad, gracias a la acción conjunta entre los actores y sectores del turismo comunitario con los responsables de la seguridad ciudadana.
6.5 Ampliar la representatividad de las Organizaciones departamentales para que exista representación de las comunidades de cada departamento dentro de la Mesa NTC y poder darle seguimiento a todas las gestiones de la presente estrategia.	Consolidación de la representatividad de actores y sectores involucrados en la actividad del turismo comunitario, como interlocutores válidos ante diversos espacios de la vida social, económica y productiva del país.	Tanto la comunidad nacional e internacional reconocen en ellos, los actores y sectores organizados dedicados al turismo comunitario, como sujetos claves en el desarrollo integral de las comunidades de destino.	La consolidación del sector turístico comunitario, en tanto actor clave que incide en el desarrollo económico, productivo, social y cultural de las comunidades de destino y por ende del país.

16.3 Matriz de monitoreo y evaluación

OBJETIVOS (GENERAL Y ESPECÍFICOS)	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	MONITOREO	EVALUACION
Objetivo General				
Consolidar la oferta turismo comunitario de Guatemala a través de servicios de calidad que satisfagan las necesidades de las comunidades anfitrionas y demás actores involucrados.	Al final de la operativización de la estrategia nacional, la demanda de servicios de turismo comunitario habrá tenido un incremento de 25% con relación al año 2010.	Aumento en el número de comunidades de destino. Control de la calidad de los servicios turísticos en marcha. Número de turistas nacionales e internacionales.	Seguimiento al nivel de progreso del sector, posicionamiento de Guatemala como destino preferencial para la práctica de turismo comunitario.	Verificación del cumplimiento de los criterios de calidad y evolución en el posicionamiento de Guatemala en el ranking internacional de turismo comunitario.
Objetivos Estratégicos				
1. Fortalecer a las comunidades empresariales y para ofrecer al turista un destino altamente competitivo.	El 80% de iniciativas locales se han fortalecido por la implementación de sus planes de negocios, logrando la mejora de la calidad de sus productos y servicios.	La cartera de planes de negocios. El número de personas capacitadas y formadas sobre emprendurismo de turismo comunitario.	Seguimiento a la implementación de los Planes de Negocios diseñados por las iniciativas locales de turismo comunitario.	Planes de Negocios certificados, siendo implementados y cumpliendo con las metas establecidas.
2. Crear alianzas público-privadas entre comunidades	Se han establecido convenios de	El número de convenios de asistencia técnica	Acompañamiento o a la formulación de	El número de planes de negocios

sector público, sector privado y cooperación internacional.	cooperación y asistencia técnica entre el sector público, privado, la cooperación internacional y las comunidades de destino turístico hasta en un 50%.	y de cooperación suscritos.	los planes de negocios formulados durante el proceso de formación y capacitación de las y los asistentes con el objeto que los mismos sean de calidad y en correspondencia con los criterios de calidad establecidos.	diseñados y puestos en marcha, midiendo el impacto que los mismos van alcanzado durante la fase de implementación .
3. Establecer estándares que permitan la categorización de los destinos de turismo comunitario en Guatemala.	El 40% de las comunidades de destino, al final del primer quinquenio de la estrategia nacional de turismo comunitario están implementando estándares de calidad en sus servicios y productos. Una propuesta de categorización de destinos turísticos comunitarios se habrá elaborado al 2015 en un 100%.	Un conjunto de estándares de calidad reconocidos nacional e internacionalmente e aplicables a servicios y productos de turismo comunitario. Una propuesta de categorización de destinos turísticos comunitarios de índole nacional.	Verificación de la calidad de los servicios ofertados, la formación y capacitación del recurso humano, el cumplimiento de estándares por parte de la oferta existente así como de las nuevas opciones que surgirán a lo largo del período de implementación del Plan de Acción.	Medición del cumplimiento de los estándares, los criterios de calidad y mecanismos de mejoramiento de la oferta.
4. Promover los	Promoción y	Una campaña de	Habiendo	Se medirá el

destinos turísticos comunitarios en la agenda nacional e internacional, conociendo el comportamiento de su demanda.	mercadeo, de Guatemala como destino preferente de turismo comunitario, por medio de una campaña de medios se habrá puesto en marcha al 100% y por distintos medios, durante el año 2011 y estará vigente por el resto del período de la estrategia nacional.	publicidad diseñada y puesta en marcha por medios escritos, televisivos, radiales y electrónicos, con cobertura nacional e internacional.	definido un conjunto de variables e indicadores de presencia de la campaña de mercadeo y publicidad, se dará seguimiento a su aparición en medios , midiendo la opinión pública con respecto a la preferencia de la misma, ello se hará de manera electrónica tanto para el público nacional como internacional.	impacto que la campaña tiene en la preferencia de los potenciales turistas nacionales y extranjeros en sus preferencias de escoger a Guatemala como destino para la práctica de turismo comunitario y la escogencia de las comunidades para ello.
5. Contribuir al mejoramiento del nivel de calidad de vida de las comunidades, en correspondencia con la conservación, protección y promoción de su entorno natural y cultural.	30% de las familias de las comunidades de destino contarán para el 2015, con las mejores condiciones de salud, seguridad alimentaria y mayores niveles de escolaridad, fuentes mejoradas de trabajo y un mejor destino de sus ingresos.	Reducción de las enfermedades comunes y prevenibles en las comunidades, mejores prácticas higiénicas, aumento de la cobertura escolar de niñas y niños; más personas capacitadas y formadas en emprendurismo comunitario.	Seguimiento a los indicadores de salud, seguridad alimentaria, educación, mejoramiento y destino del ingreso, que puedan ser proporcionados localmente, para determinar el grado de incidencia de la actividad del turismo comunitario en la misma.	Los indicadores señalados denotan un progresivo mejoramiento de las condiciones de vida, logrando determinar la incidencia del desarrollo de la actividad turística en los mismos.
6. Incidir en la	Al finalizar el	Un conjunto	Acompañamient	Número de

<p>creación, promoción a la actualización, adecuación y aplicación de instrumentos jurídicos nacional e internacional que sustentan la actividad de turismo comunitario.</p>	<p>período de la estrategia nacional de turismo comunitario se contará con un marco jurídico nacional e internacional que sustente legalmente esta actividad y la haga evidente en la agenda pública del Estado guatemalteco.</p>	<p>instrumentos jurídicos que implican Convenios, Leyes y Reglamentos que regulan y sustentan la actividad del turismo comunitario a nivel nacional.</p>	<p>o sistemático a la aplicación de la normativa nacional e internacional en materia de turismo comunitario, la generación de iniciativas y aprobación de las mismas que favorezcan la regulación de esta actividad.</p>	<p>instrumentos ratificados, aprobados y puestos en marcha como marco jurídico que respalda la actividad turística comunitaria a nivel nacional.</p>
--	---	--	--	--

16.4 Identificación y análisis de actores

Actores	Relevancia	Capacidad	Fuerza	Análisis de posiciones
Gobierno Central	ALTA El apoyo del Gobierno Central es fundamental para el reconocimiento de la actividad pero sobre todo para el posicionamiento de Guatemala en la opinión internacional.	Alta Siendo el INGUAT un actor clave en este campo, su incidencia suele ser vital para situar a Guatemala como destino preferencial en la decisión del turismo nacional e internacional.	ALTA Se requiere de su apoyo para la implementación de las acciones y contar con el respaldo institucional para las gestiones que se deseen implementar.	Potencial promotor (fuerte apoyo)
Congreso de la República	ALTA Es necesario contar con un marco jurídico apropiado para el desarrollo de la actividad turística con alto grado de certeza, fortalecimiento institucional y buen desempeño de sus funciones.	ALTA Se requiere de la aprobación de una partida presupuestaria que posibilite la consolidación de la institucionalidad del turismo comunitario como una actividad de primer orden en la agenda nacional.	ALTA Contar con el respaldo institucional de Órgano Legislativo permitirá buscar más apoyo de parte de otros sectores nacionales e internacionales.	Potencial aliado (Fuerte apoyo)
Municipalidades	ALTA Dado que la actividad se hace a nivel local, contar con el respaldo de las autoridades municipales locales es vital para la implementación de las acciones.	MEDIA Es importante la búsqueda del apoyo técnico por medio de las Oficinas Municipales de Planificación y de las propias corporaciones edilicias para la movilización de recursos locales.	MEDIA Es importante contar con el apoyo local de las autoridades e incidir en los programas municipales de desarrollo.	Potencial aliado (fuerte apoyo)
Autoridades comunitarias	ALTA Por la naturaleza de la actividad es de vital importancia el involucramiento	MEDIA Es sabido que el margen de maniobra es débil de parte de estas autoridades, pero	BAJA Dado la solvencia moral en el consciente colectivo del	Potencial neutral (mediado apoyo)

	de autoridades locales quienes deberán estar enteradas de las actividades a implementar.	su respaldo moral es vital para el sector.	que gozan dichas autoridades, es importante contar con su respaldo.	
Sector Privado	ALTA Por la naturaleza de la actividad es vital involucrar al sector privado tanto en el ámbito nacional como del nivel local, para el desarrollo de nuevas iniciativas y el fortalecimiento de las ya existentes.	ALTA Este sector puede movilizar distintos recursos tanto técnicos como financieros que pueden ser movilizados a favor del desarrollo del sector turístico nacional.	ALTA De igual manera se puede incidir tanto en el sector público nacional o local, como con otros actores del país y en la comunidad internacional a favor de esta actividad.	Potencial aliado (fuerte apoyo)
ONGs	ALTA Muchas Organizaciones No Gubernamentales ya participan de esta actividad por lo cual consolidar su participación y apoyo es de vital importancia.	ALTA Estas organizaciones pueden movilizar apoyos de carácter técnico y financiero que son de vital necesidad para la el fortalecimiento del sector en el ámbito comunitario.	MEDIA A pesar que no todas gozan de un fuerte espacio en la incidencia de la política nacional, en el ámbito comunitario sí es reconocido el trabajo que hacen y gozan de credibilidad.	Potencial Aliado (fuerte apoyo)
Organizaciones Comunitarias	ALTA Siendo los principales interesados, se debe de involucrar cada vez más, a efectos de empoderarlos de estos proyectos e iniciativas.	ALTA La movilización de los recursos locales al servicio del mejoramiento de la oferta turística está en manos de estas las organizaciones y sus dirigentes.	ALTA La integralidad de la oferta en función de los recursos naturales, culturales y sociales están en manos de las organizaciones locales, por lo cual sui involucramiento es vital.	Potencial aliado (mediano apoyo)
Comunidad Internacional	ALTA La experiencia, el	ALTA Obtener	ALTA Siempre es	Potenciales Aliados

	<p>conocimiento y la movilización de recursos puede estar a disposición del país por medio de la participación de la comunidad internacional, sus agencias, programas y proyectos.</p>	<p>asistencia técnica y financiera para el fortalecimiento del sector es vital, en este sentido, la participación de este sector es importante.</p>	<p>importante conocer otras experiencias, buenas prácticas y lecciones aprendidas.</p>	<p>(fuerte apoyo)</p>
Medios de Comunicación	<p>ALTA Generar de una opinión favorable a este sector pasa por la opinión pública y crear una corriente favorable al desarrollo de esta actividad.</p>	<p>ALTA Tanto a nivel nacional como internacional los medios juegan un papel importante que puede contribuir al posicionamiento de un tema en la perspectiva de muchos, el turismo comunitario es uno de ellos.</p>	<p>ALTA Se hace necesario interesar a este actor (los medios) en el tema, a efecto que puedan convertirse en aliados y portavoces de la oferta del país tanto para el consumo interno como externo.</p>	<p>Potenciales Aliados (mediano apoyo)</p>

17 Bibliografía

- Enríquez, F. y C. Maldonado (2007) **Restaurando la esperanza con comunidades indígenas de Guatemala.** *Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS)* SEED: Documento de trabajo núm. 80. Programa de Desarrollo de Pequeñas Empresas. Oficina Internacional del Trabajo. OIT Ginebra Primera edición
- García Laguardia, J. (1993) Política y Constitución en Guatemala. La Constitución de 1985. Procuraduría de Derechos Humanos. Guatemala.
- INGUAT. (sdr) Leyes y Reglamentos del Turismo. Edición revisada y actualizada. Instituto Guatemalteco de Turismo.
- Maldonado, C. (2005) **Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario.** SEED: Documento de trabajo núm. 73 *Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS)* Programa sobre intensificación del empleo mediante el desarrollo de pequeñas empresas. Departamento de creación de empleos y desarrollo de la empresa. Oficina Internacional del Trabajo · Ginebra
- y E. Cabanilla (sf) Negocios Turísticos con Comunidades (NETCOM) Módulo 6. Plan de Negocios Turísticos REDTURS- Departamento de Creación de Empleos y Desarrollo de la Empresa. . Organización Internacional del Trabajo –OIT-.
- MNTC, (2008) Memoria Taller de Planificación. Mesa Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala.
- REDTURS, (2001) Declaración de Otavalo. Turismo Comunitario sostenible, competitivo y con identidad cultural. Otavalo, Provincia de Imbabura, Ecuador.
- (2003) Declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitario. San José, Costa Rica,
- UNESCO. (2010) Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural. Informe mundial de la UNESCO. París, Francia,