



COMISION TRINACIONAL DEL PLAN TRIFINIO
PROGRAMA TRINACIONAL DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA CUENCA ALTA DEL RIO LEMPA



Empresa de Asistencia Técnica: The Louis Berger Group, Inc.

~~INFORME BORRADOR:~~
**DIAGNOSTICO DE LA SITUACION DEL SECTOR
TURISMO EN LA REGION DE LA CUENCA ALTA
DEL RIO LEMPA DE GUATEMALA**



Elaborado por: Kiej de los Bosques, S.A.
Responsables: Laureano García Choxom y Hugo Cabrera Paz

Guatemala, Julio de 2,007

Contenido

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. OBJETIVOS	3
General	3
Objetivos Específicos.....	3
III. SITUACIÓN GEOGRÁFICA DE LA ZONA DEL TRIFINIO	4
IV. ANÁLISIS DEL TURISMO.....	12
1. El Turismo en el Mundo.....	12
2. El Turismo en Centroamérica.....	13
3. Importancia del Turismo en Guatemala.....	14
4. Sitios Turísticos de la Zona CARL por Municipio y su Situación.....	17
5. Potencialidades y Atractivos Turísticos de la Zona CARL	25
6. Situación de las Mipymes prestadoras de servicios turísticos de la Zona CARL	26
7. Organizaciones Gremiales	27
8. FODA del Sector Turismo de la Zona CARL.....	28
9. Necesidades de Capacitación y Asistencia Técnica.....	30
10. Conclusiones.....	31
11. Recomendaciones.....	33
12. Propuestas Estratégicas para el Desarrollo del Sector Turismo de la Región CARL	34

I. INTRODUCCIÓN

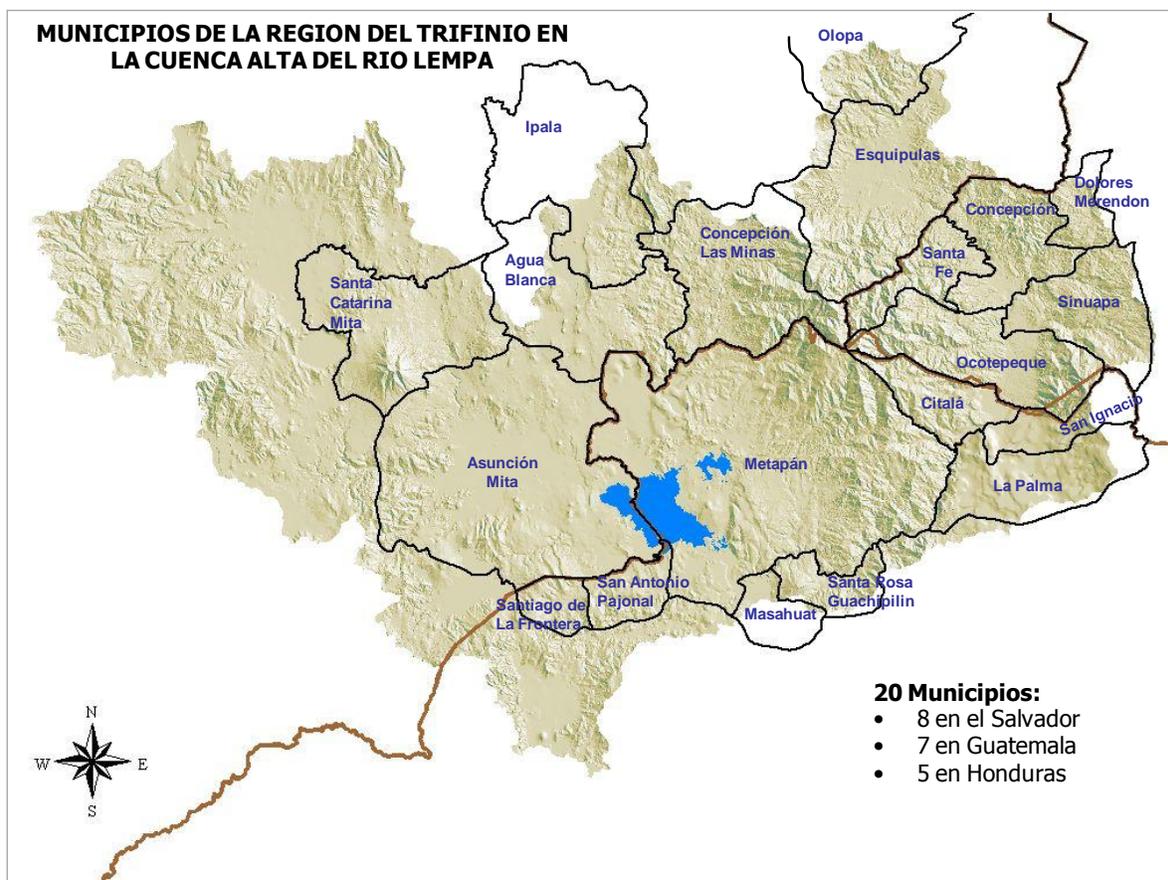
En el área trinacional entre El Salvador, Guatemala y Honduras, se ubica la Región del Trifinio y comprende un área de 7,367km². Es una región considerada estratégica por ser la cabecera de tres de los sistemas hídricos más importantes de Centroamérica (Lempa, Motagua y Ulúa) y por la existencia de importantes recursos biológicos que cohabitan en una zona declarada en forma conjunta por los tres gobiernos como Reserva de la Biosfera La Fraternidad. En esta región se ha desarrollado el Proceso Trifinio dentro de un marco político y social que ha contribuido a la integración Centroamericana, especialmente de El Triángulo Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras). Destacando que las acciones de este proceso han servido para que el Trifinio sea considerado un ejemplo en el manejo de recursos naturales en una región internacional.



Para fomentar el desarrollo de los pobladores de ésta región trinacional, los gobiernos de las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras a través de la declaratoria trinacional de la Reserva de la Biosfera La Fraternidad, han formulado desde 1988 El Plan Trifinio como un marco orientador del desarrollo y un instrumento estratégico de las acciones de la región. Este plan dio origen entre 1997 y 1999 a la firma y ratificación del Tratado para la ejecución del Plan Trifinio, en el cual, se crea el marco legal e institucional necesario para consolidar los esfuerzos de acción trinacional; permite manejar los recursos naturales y fortalecer la cooperación transfronteriza; y define a la región como una unidad ecológica indivisible, en la que solo la realización de una acción conjunta de los tres gobiernos podrá dar solución satisfactoria a la problemática de la población del área y al manejo sostenible de sus recursos naturales.

El Plan Trifinio plantea en su actualización (realizada en 2,004) “lograr el desarrollo integral equilibrado de la región, mediante la acción conjunta y coordinada de los tres gobiernos y los actores locales, en el marco de la cooperación transfronteriza y la integración Centroamericana”.





Para alcanzar lo anterior, se tiene como un primer instrumento la ejecución del Programa Trinacional de Desarrollo Sostenible de la Cuenca Alta del Río Lempa -PTCARL-, en donde una de sus acciones clave el Plan Estratégico Trinacional -PET-, plantea la realización de Diagnósticos Situacionales de cada uno de los sectores económicos que se consideren de mayor importancia para el desarrollo de la región.

A ese respecto, este documento presenta los resultados del Diagnóstico de la Situación del Sector Turismo en la región de la Cuenca Alta del Río Lempa de **Guatemala**. Los municipios que son parte del presente estudio se enumeran a continuación.

Municipio	Departamento
Santa Catarina Mita	Jutiapa
Asunción Mita	
Agua Blanca	
Ipala	Chiquimula
Concepción Las Minas	
Olopa	
Esquipulas	



II. OBJETIVOS

General

Elaborar un diagnóstico de la situación de la micro, pequeña y mediana empresa en el sector turismo en los municipios de Santa Catarina Mita, Asunción Mita y Agua Blanca del Departamento de Jutiapa y los municipios de Ipala, Concepción Las Minas, Olopa y Esquipulas del Departamento de Chiquimula, área que es parte de la intervención del PROGRAMA TRINACIONAL DE LA CUENCA ALTA DEL RIO LEMPA (PTCARL) en Guatemala, con el propósito de elaborar una estrategia integral para la zona que promueva el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa como fuente importante de generación de empleo y contribuya a la reducción de la pobreza.

Objetivos Específicos

- A. Identificar las potencialidades y atractivos turísticos que se encuentren en cada municipio.
- B. Identificar la situación socio-económica y geográfica de los municipios de la zona CARL de Guatemala.
- C. Identificar la infraestructura que está a disposición del turismo de la zona CARL de Guatemala, así como la calidad de servicio que ofrece cada municipio, enmarcada en el tema de la oferta.
- D. Identificar las organizaciones comunitarias y/o gremiales productivas existentes del sector turístico de la zona CARL de Guatemala.
- E. Desarrollar una propuesta de corto, mediano y largo plazo, para el desarrollo del sector turismo de la zona CARL de Guatemala.
- F. Identificar la situación actual de las mipymes vinculadas a la prestación de servicios y productos turísticos en la CARL.



III. SITUACIÓN GEOGRÁFICA DE LA ZONA DEL TRIFINIO

a) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE AGUA BLANCA, JUTIAPA

BREVE HISTORIAL:

Este municipio se fundó en 1,810 en el departamento de Jutiapa; se formó como municipio el 27 de agosto de 1,836 y en ese entonces perteneció a Chiquimula, el 9 de noviembre de 1873 fue anexado a Jalapa y en 1,874 regreso a Jutiapa; fue suprimido como municipio el 4 de diciembre de 1,883 y rehabilitado el 30 de Enero de 1,886. Desde su fundación ha tenido tres traslados: se estableció en el Valle Barrio Arriba, luego se trasladó a la Aldea Las Cañas y luego al Valle El Jicaral donde se encuentra actualmente.

ALTURA: 830 msnm.

UBICACIÓN:

Dista de la ciudad capital de Guatemala 163 kms. y de la cabecera departamental de Jutiapa 42 kms.

LIMITES:

Norte: Concepción Las Minas e Ipala de Chiquimula
Sur: República de El Salvador
Este: Concepción Las Minas de Chiquimula y República de El Salvador
Oeste: Asunción Mita y Santa Catarina Mita de Jutiapa y San Miguel Chaparrón de Jalapa.

EXTENSION: 340 kms²

CLIMA: cálido, con un promedio anual de 27° a 28° centígrados.

DIVISION POLITICA: tiene una cabecera municipal que es Agua Blanca, 14 aldeas y 68 caseríos.

HIDROGRAFIA: se ubica dentro de las cuencas del Rio Grande de Zacapa y el Rio Ostúa. Actualmente, lo atraviesa el Río Platanar. El lago de Ipala es la principal fuente de abastecimiento de agua para el consumo humano de casi todo el municipio.

OROGRAFIA: Su fisiografía (relieve) es quebrada en un 61%; y plano y semiplano en un 41%, que es donde se realiza la práctica agrícola; comprende alturas desde los 800 a los 1,500 m.s.n.m. Posee dos volcanes El Monterrico y el Ixtepeque, y muchos pequeños cerros y planicies.



b) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE ASUNCION MITA, JUTIAPA

BREVE HISTORIAL:

Su nombre proviene de un vocablo náhuatl MICTLAN que significa LUGAR DE LA MUERTE, este municipio ha sido anexado varias veces a Chiquimula y Jutiapa; en 1,852 se dio el anexo definitivo al departamento de Jutiapa.

ALTURA: 470 msnm, en las zonas montañosas alcanza alturas de 1,400 a 1,800 msnm.



UBICACIÓN:

Latitud norte: 14° y 19 minutos.

Longitud oeste: 89° y 42 minutos.

LIMITES:

Norte: Santa Catarina Mita y Agua Blanca del departamento de Jutiapa.

Sur: Atescatempa y Yupiltepeque, departamento de Jutiapa y República de El Salvador.

Este: Agua Blanca, departamento de Jutiapa y República de El Salvador.

Oeste: Jutiapa y Yupiltepeque del departamento de Jutiapa.

DISTANCIAS:

Dista de la cabecera municipal 31 kilómetros y de la ciudad capital de Guatemala 146 kilómetros.

DIVISION POLITICA:

Posee una cabecera municipal que es Asunción Mita, 36 aldeas y 71 caseríos.

EXTENSION: 476 kms²

CLIMA: cálido, el promedio anual de temperatura es de 26 grados centígrados.

PRECIPITACION PLUVIAL: 1,000 a 1,500 mm. anuales.

OROGRAFIA: Las tierras son planas, semiplanas, pendientes y áridas; posee el volcán Ixtepeque y 46 cerros.

HIDROGRAFIA: Posee 14 ríos, siendo los más importantes: Ostúa o grande de Mita, Mongoy, Tahuapa, Tamazulapa, el lago de Guija, la Laguneta La Cruz Roja, y el estero San Juan.



c) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE SANTA CATARINA MITA, JUTIAPA

BREVE HISTORIA:

La palabra MITA viene de la voz náhuatl MICTLAN, que significa CIUDAD DE LOS MUERTOS, sus primeros pobladores fueron toltecas, pipiles y pocomames. Durante la colonia, la comarca perteneció a Chiquimula de la Sierra, siendo uno de los poblados más importantes dentro de la jurisdicción Serrana. Por Decreto, el 9 de Noviembre de 1,853, se segregan del Departamento de Chiquimula y se agregan al de Jutiapa los pueblos de Santa Catarina Mita y los valles de Agua Blanca y el Espinal.

ALTURA: 700 MSNM.

UBICACIÓN: se encuentra dentro de la cuenca del Rio Ostúa y al pie del volcán Suchitán.

LIMITES:

Norte: San Manuel Chaparrón de Jalapa

Sur: Asunción Mita y el Progreso de Jutiapa

Este: Agua Blanca de Jutiapa

Oeste: El Progreso de Jutiapa y Monjas de Jalapa

DISTANCIAS:

Distancia de la cabecera municipal de Jutiapa 34 kilómetros y de la ciudad capital de Guatemala 154 kilómetros.



DIVISION POLITICA: Cuenta con una cabecera municipal que es Santa Catarina Mita, 20 aldeas, 27 caseríos y 3 fincas / Haciendas.

EXTENSION: 132 kms²

CLIMA: cálido, con un promedio anual de 25 grados centígrados.

PRECIPITACION PLUVIAL: 1,000 a 1,500 mm. Anuales.

OROGRAFIA: Las tierras son planas, semiplanas, con fuertes pendientes en las faldas del volcán, áridas y pedregosas; posee el volcán Suchitán y cerros.

HIDROGRAFIA: Su principal río es el Ostúa, se encuentra ubicado dentro de las cuencas del río Grande de Zacapa y del río Ostúa.



d) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE ESQUIPULAS, CHIQUIMULA

BREVE HISTORIA:

YSQUIPULAS, es el antiguo nombre de este municipio, que fue conquistado por los españoles al mando de Pedro de Alvarado el año 1,525. Los esquipultecos realizaron un levantamiento en contra del rey en el año de 1,530.

ALTURA: Tiene una altura de 950 metros sobre el nivel del mar (msnm).

UBICACIÓN: se encuentra ubicado entre las cuencas del grande de Zacapa, río Olopa y Ostúa - Guija



LIMITES:

- Norte: Jocotán y Camotán de Chiquimula y la República de Honduras.
- Sur: Concepción Las Minas de Chiquimula y La República de el Salvador
- Este: República de Honduras
- Oeste: Quezaltepeque y Olopa de Chiquimula

DISTANCIAS:

Distancia de la cabecera departamental de Chiquimula 52 kilómetros y de la ciudad capital de Guatemala 222 kilómetros.

DIVISION POLITICA:

Cuenta con una cabecera municipal que es la ciudad de Esquipulas, 19 barrios y colonias y 14 aldeas y muchos caseríos

EXTENSION: 532 kms²

CLIMA: es cálido, la temperatura promedio anual es de 26° centígrados

PRECIPITACION PLUVIAL: el promedio de la precipitación pluvial es de 1,300 mm. Anuales.

OROGRAFIA:

Cuenta con los siguientes macizos montañosos: La Cumbre del Divisadero, Quezaltepeque, Santa María Olopa, El Bolillo, San Isidro, Monte Oscuro; además están los siguientes cerros: Las Cebollas, Monte Cristo, Monte Negro, Vado Hondo, El Brujo y Las Granadillas entre los más importantes. Están los valles de Olopita y Atulapa.

El 65% de los suelos de este municipio tienen una pendiente que va de moderado a muy fuerte, por lo que la vocación de los mismos es de carácter forestal y un 35% es de vocación agrícola debido a que la pendiente va de semiplano a plano.



HIDROGRAFIA:

Este municipio está dentro de las cuencas del Río Grande de Zacapa, Río Olopa y la cuenca de los Ríos Ostúa – Guija, y la cuenca del río Jupilingo. Cuenta con los siguientes ríos: Nejapa, San Juan, Tepoctún, Chantiago, Oscuro, -el roble, El chorro, Chacalapa, Atulapa, blanco Anguiatú y Agua caliente que son los que forman el Río Lempa. Los ríos: Playón, Joyitas, Frío, Mapa, Senén, Las Cañas, Chanmagua que forman la cuenca del Río Jupilingo.

ZONAS DE VIDA:

Según la clasificación de zonas de vida de Guatemala, a nivel de reconocimiento, de acuerdo con los parámetros de precipitación y altura, en Esquipulas se identifican tres zonas de vida reportadas: Bosque húmedo Subtropical templado - BHST (85.14%), Bosque muy húmedo Subtropical frío (12.61%), Bosque húmedo muy húmedo montano bajo (2.25%).

e) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE IPALA, CHIQUIMULA

BREVE HISTORIA:

La palabra IPALA viene de la voz Chortí IPAL-JA, que quiere decir ASIENTO DE REYES. Fue elevado a la categoría de municipio el 11 de octubre de 1,825 y actualmente pertenece al departamento de Chiquimula.

ALTURA: 832 msnm de la cabecera municipal y existen alturas que van de los 785 a los 1,200 msnm.

UBICACIÓN:

Latitud Norte: 14° y 32 minutos
Longitud oeste: 89° y 37 minutos.

LIMITES:

- Norte: San José La Arada, Chiquimula
- Sur: Agua Blanca, Jutiapa
- Este: San Jacinto, Concepción Las Minas y Quezaltepeque de Chiquimula
- Oeste: San Luis Jilotepeque, Jalapa

DISTANCIAS: De la cabecera municipal a la ciudad capital de Guatemala hay 175 kilómetros y a la cabecera departamental de Chiquimula hay 40 kilómetros.

DIVISION POLITICA: Una cabecera municipal que es Ipala, 30 aldeas, 44 caseríos y 4 fincas.



EXTENSION: 228 kms²

PRECIPITACION PLUVIAL: el rango anual va de los 600 a los 1,200 mm

TEMPERATURA: el promedio anual es de 27 a 28 grados centígrados.

ZONAS DE VIDA: tiene dos zonas de vida que según la clasificación de Holdrige son: Bosque muy húmedo subtropical cálido (BMHSC) y Bosque Seco Subtropical (BSS).

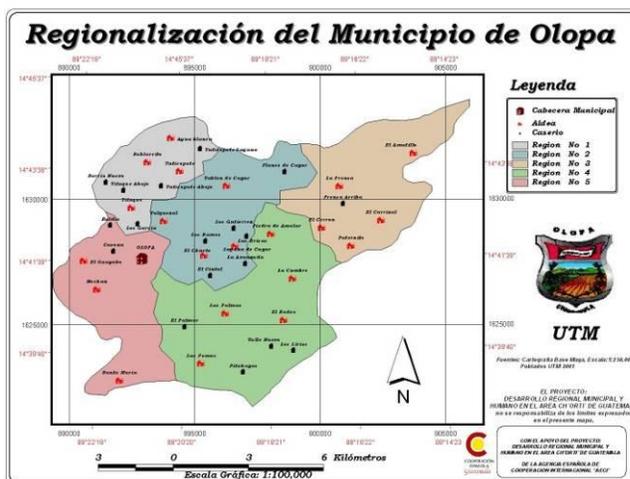
OROGRAFIA: Este municipio cuenta con muchos valles, un 44% va de lo plano a lo moderadamente inclinado lo que lo hace apto para la agricultura, Y 56% es de vocación forestal debido a que la pendiente va de inclinado a fuertemente inclinado. Cuenta dentro de su territorio con el Volcán de Ipala.

HIDROGRAFIA: Está situada dentro de las cuencas: Río Grande de Zacapa y el río Lempa; y las sub-cuencas del río San José y Cacahuatepeque. Los ríos más importantes son: Cacahuatepeque, Poza de la Pila y San Francisco.

f) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE OLOPA, CHIQUIMULA

BREVE HISTORIA: La palabra Olopa se deriva de la voz náhuatl OLOTL que quiere decir OLOTE y APAN que quiere decir agua o río, es decir Olote del Río.

La palabra CHORTI viene de la voz maya CHOR que quiere decir MAIZ y TI que quiere decir BOCA, es decir MILPA DE LA BOCA.



ALTURA: 1,350 msnm.

UBICACIÓN:

Latitud Norte: 14° 41 minutos.

Longitud oeste: 89° 21 minutos.

LIMITES:

Norte: Jocotán y San Juan Ermita, Chiquimula

Sur: Esquipulas y Quezaltepeque de Chiquimula

Este: Esquipulas, Chiquimula

Oeste: Quezaltepeque, Chiquimula

DISTANCIAS:

De la cabecera municipal a la ciudad de Guatemala hay 217 kilómetros y a la cabecera departamental de Chiquimula hay 42.56 kilómetros.



DIVISION POLITICA: Una cabecera municipal que es Olopa, 24 aldeas y 35 caseríos.

EXTENSION: 156 kms²

PRECIPITACION PLUVIAL: Promedio anual de 1,00 a 2000 mm.

CLIMA: Frío, con un rango de temperaturas que van de los 18° centígrados a los 35° centígrados.

ZONAS DE VIDA: Bosque Húmedo subtropical templado (BHST).

OROGRAFIA: Cuenta con los siguientes macizos montañosos: El duende, La Cruz, La Perquera, Las Palmas, Ticanos, y El Tablón. La mayor parte del territorio de este municipio es de una pendiente de fuerte a muy fuerte, por lo que la vocación natural de estos suelos es forestal y no agrícola.

HIDROGRAFIA: este municipio está ubicado dentro de las siguientes subcuencas de los ríos: Cayur, San Juan, Quebrada El Jiote, Quebrada Torojá y Carecaj. Además, tiene tres lagunas: Tuticopote, Cayur y Campana.

g) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE CONCEPCION LAS MINAS, CHIQUIMULA

BREVE HISTORIA: la cuarta Constitución Política del Estado de Guatemala, decretada por la Asamblea del 11 de octubre de 1,825, menciona a Concepción Las Minas como perteneciente al distrito número 4 del circuito de Chiquimula y el 8 de junio de 1,893 fue elevado a la categoría de municipio. Su nombre proviene de la patrona del lugar, la Virgen de Concepción y Las Minas por el hecho de que en la época colonial sus pobladores se dedicaron a la explotación minera.

ALTURA: 2,418 msnm (banco de marca del caserío Los Planes, de la aldea La Cañada).

UBICACIÓN:

Latitud Norte: 14° 45 minutos.

Longitud Oeste: 89° 25 minutos.

LIMITES:

Norte: Quezaltepeque, Chiquimula

Sur: República de El Salvador

Este: Esquipulas, Chiquimula

Oeste: Agua Blanca, Jutiapa



DISTANCIAS

Está ubicada a 48 kilómetros de la cabecera departamental de Chiquimula y a 221 kilómetros de la ciudad capital de Guatemala.

DIVISION POLITICA

Tiene una cabecera municipal, 3 barrios, 19 aldeas y 87 caseríos.

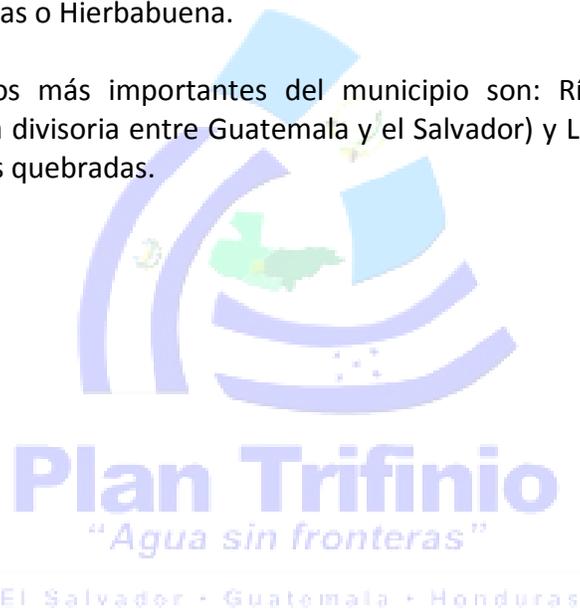
EXTENSION: 160 kms²

CLIMA: es cálido, con temperaturas que van de los 25° a los 28° centígrados.

PRECIPITACION PLUVIAL: esta va de los 1,000 a los 1,300 mm anuales.

OROGRAFIA: cuenta con los siguientes cerros: Monte Cristo, Monte Negro, Vado Hondo, Brujo, y Las Granadillas. Las montañas más importantes son: De La Helada, Las Peñas, Las Granadillas y Las Piedras o Hierbabuena.

HIDROGRAFIA: los ríos más importantes del municipio son: Río Grande, Las Minas, Chapulapa, Frío, (línea divisoria entre Guatemala y el Salvador) y Los Encuentros. Además cuenta con numerosas quebradas.



IV. ANÁLISIS DEL TURISMO

1. El Turismo en el Mundo

El turismo se consolida a inicios del Siglo XXI como la actividad económica más importante en el ámbito mundial, al sobrepasar los ingresos generados por las exportaciones de petróleo, automóviles y aparatos electrónicos.

El fuerte y continuado crecimiento del turismo en los últimos cincuenta años es uno de los fenómenos más notables de nuestros tiempos. A pesar de las diversas crisis que se han abierto, algunas de las cuales han afectado obviamente a los movimientos turísticos, este gran sector sigue creciendo de forma constante.

“El turismo mundial se adentra en una nueva fase histórica de crecimiento, que comenzó hace tres años. En 2005, traspasó la barrera de los 800 millones de llegadas internacionales. El año pasado, llegó a los 842. Esta nueva fase se caracteriza por un tipo de crecimiento más sólido y más responsable.”

Secretario General de la OMT, Francesco Frangialli, en su discurso durante la inauguración de la ITB (la feria internacional de Berlín), 8 de marzo de 2007.

El número de llegadas de turistas internacionales ha pasado de 25 millones en 1950 a 842 millones en 2006, un aumento que equivale a un crecimiento medio anual de alrededor del 7% durante un largo periodo. Los ingresos generados por estas llegadas –sin incluir las ventas de pasajes aéreos ni los ingresos por turismo interno– han aumentado un 11% anual (ajustado a la inflación) en el mismo espacio de tiempo, un porcentaje que supera el índice de crecimiento de la economía mundial en su conjunto.

Los ingresos por turismo internacional alcanzaron los 680.000 millones de dólares de los Estados Unidos en 2005 (547.000 millones de euros), lo que lo convierte en una de las principales categorías del comercio internacional. Dependiendo del año, este volumen comercial iguala o supera al de las exportaciones de petróleo, de productos de alimentación o incluso de automóviles y equipos de transporte.¹

El turismo, en sentido estricto, representa una cuarta parte de todas las exportaciones de servicios, y el 40% si se incluye el transporte aéreo. Su cuota de los flujos de inversión extranjera directa, aunque aún limitada, ha crecido espectacularmente entre 1990 y 2005.

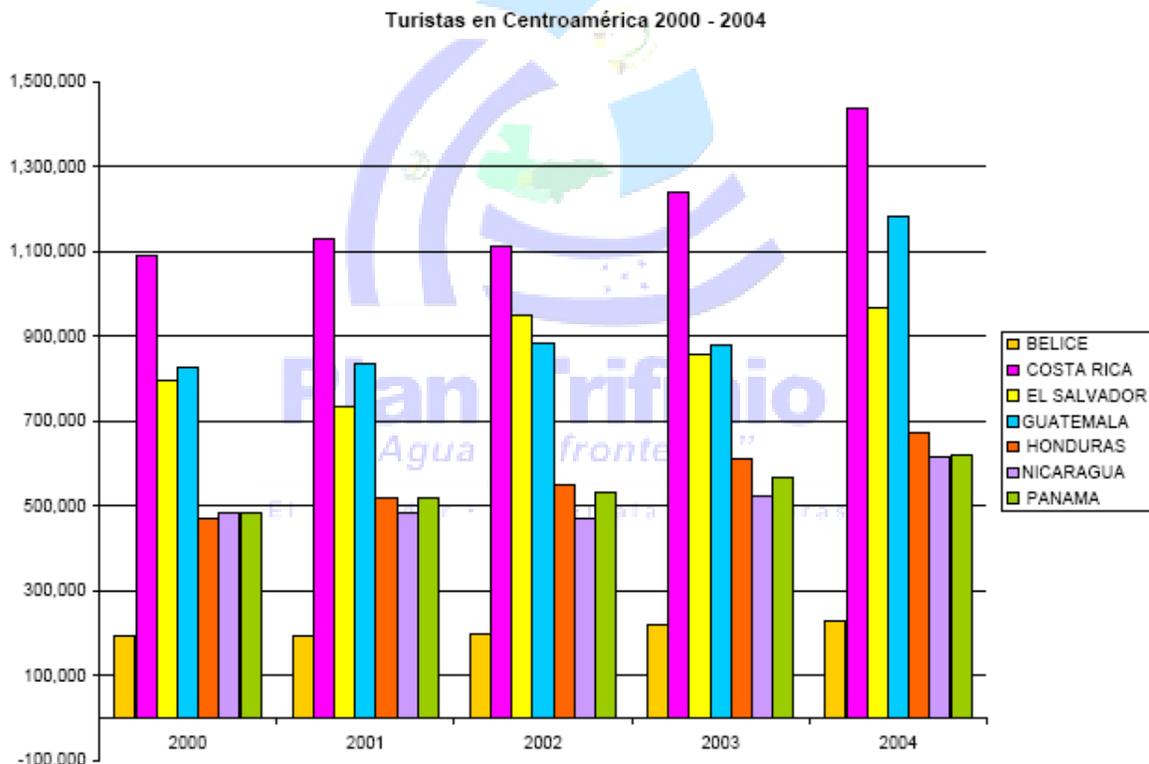
¹ Artículo: El turismo contribuirá a dar solución a los retos del cambio climático y la pobreza, retos que deben abordarse de forma holística. 8 de marzo de 2007, Berlín/Madrid. www.unwto.org



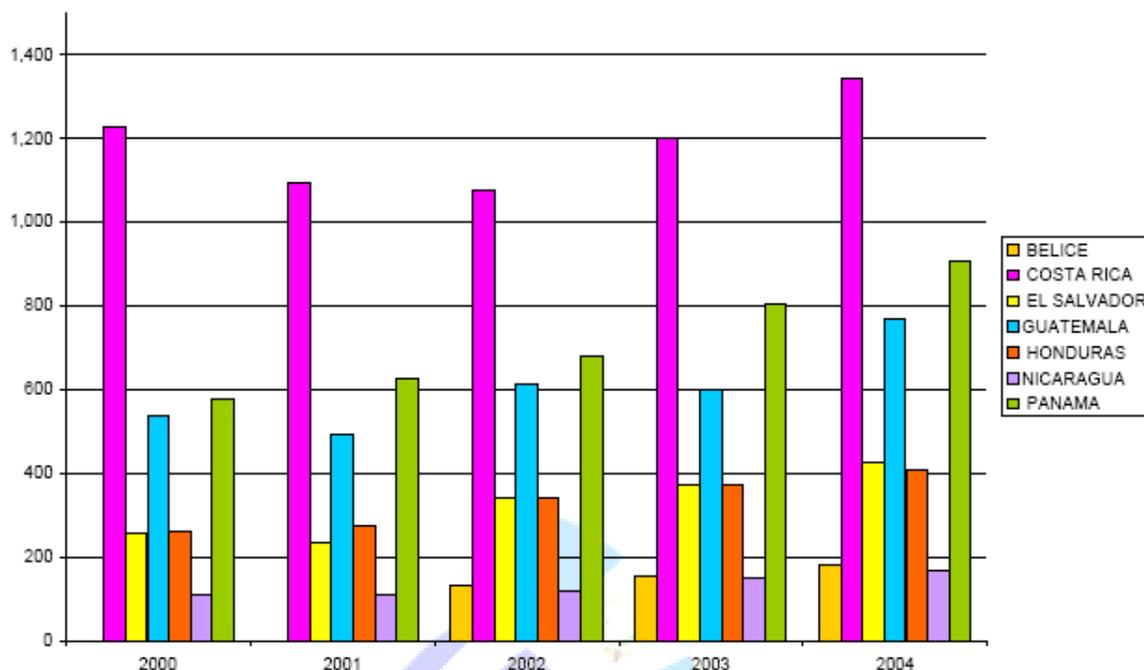
El turismo ha demostrado ser un elemento destacado de la balanza de pagos, además de una actividad que utiliza mucha mano de obra y abre oportunidades para las pequeñas empresas que ofrecen productos y servicios al sector. Su incidencia es especialmente notable en las actividades agrícolas y pesqueras locales, en la artesanía y en el sector de la construcción. En esos países, el turismo crea numerosos empleos directos e indirectos, constituye un terreno fértil para la iniciativa privada, sirve de puntal para el desarrollo de una economía de mercado en la que pueden expandirse y florecer las pequeñas y medianas empresas y, en las zonas rurales pobres, constituye a menudo la única alternativa a una agricultura de subsistencia en declive.

2. El Turismo en Centroamérica

Cuando hablamos de las estadísticas de turismo en Centroamérica, Costa Rica presenta el mayor número de visitantes seguida de Guatemala que tiene las mayores tasas de crecimiento de la región en los últimos años.



Divisas por Turismo en Centroamérica 2000 - 2004
(en millones de US \$)



3. Importancia del Turismo en Guatemala

3.1. Estadísticas

De conformidad con estadísticas del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), los ingresos por turismo consistentemente han venido ocupando un segundo lugar entre los de los principales productos de exportación. Así, por ejemplo, en 1987, constituyó el 15% con US\$ 102 millones, mientras que durante 1995, el ingreso de divisas por turismo ascendió a US\$ 276.6 millones, lo que representa el equivalente al 22.3% del monto total de las exportaciones realizadas por Guatemala ese año.

El turismo en Guatemala está experimentando un importante período de apogeo. En los últimos diez años, las llegadas internacionales se han duplicado pasando de 563 mil unidades a 1.181 mil. Este incremento sigue una tendencia similar a la de Centroamérica, donde algunos países han cosechado mejores resultados. La importancia del sector turístico en Guatemala está en continuo crecimiento y la tendencia sigue siendo alta en cuanto a su participación en el empleo, PIB, entrada de divisas y capital invertido.

Durante los últimos tres años, la región de centro América es la que más turistas aporta a Guatemala con un total en 2005 de 708,377, mientras que América del Norte es la que ocupa el segundo lugar en la emisión de turistas hacia Guatemala, con un total de 384,599 en 2005. Mientras que Europa ocupa el tercer lugar con 133.6 mil turistas en el mismo



año. El siguiente Cuadro muestra la procedencia de los turistas ingresados a Guatemala por región durante 2001 – 2005.

Turistas en Guatemala por Nacionalidad Año 2000 - 2005

Región / Año	2001	2002	2003	2004	2005
Centro América	355,705	381,481	354,090	602,573	708,377
Norteamérica	271,888	288,890	307,027	355,138	384,599
Suramérica	42,851	37,129	38,171	42,985	47,518
El Caribe	5,732	4,761	4,553	5,918	7,824
Europa	129,975	116,936	146,292	144,322	133,657
Asia	24,598	24,680	21,965	23,933	25,713
Oceanía			4,662	4,783	5,547
Medio Oriente	418	590	603	365	
Otras naciones	1,132	1,754	2,860	1,509	2,411
Total	832,299	856,221	880,223	1,183,530	1,315,646

Fuente, INGUAT.

Distribución de la demanda turística por región

Región / Año	2005	Porcentaje
Centro América	708,377	53.8%
Norteamérica	384,599	29.2%
Suramérica	47,518	3.6%
El Caribe	7,824	0.6%
Europa	133,657	10.2%
Asia	25,713	2.0%
Oceanía	5,547	0.4%
Medio Oriente		0.0%
Otras naciones	2,411	0.2%
Total	1,315,646	100%

Fuente, INGUAT.

Al separar esta información por países, se observa que en 2005, los principales mercados emisores de turistas para Guatemala, fueron los que se muestran en el cuadro siguiente:

Turistas en Guatemala por Nacionalidad Año 2000 - 2005

País / Año	2001	2002	2003	2004	2005
El Salvador	214,114	228,018	209,745	411,277	497,430
Estados Unidos	193,285	199,614	209,247	267,126	286,871
Honduras	59,224	75,355	64,242	93,975	106,473
México	61,326	65,331	70,732	67,502	72,908
Nicaragua	15,882	24,607	29,815	42,876	46,936
Costa Rica	28,974	28,918	29,529	31,979	34,693
Canadá	17,277	23,945	27,048	20,510	24,820
España	24,190	24,125	24,869	22,824	21,182
Francia	15,312	16,119	18,433	20,793	19,219
Alemania	20,985	23,559	27,734	21,786	18,258
Total	650,569	709,591	711,394	1,000,648	1,110,532

Fuente, INGUAT.



Distribución de la demanda turística por País

País / Año	2005	Porcentaje
El Salvador	497,430	37.8%
Estados Unidos	286,871	21.8%
Honduras	106,473	8.1%
Mexico	72,908	5.5%
Nicaragua	46,936	3.6%
Costa Rica	34,693	2.6%
Canada	24,820	1.9%
España	21,182	1.6%
Francia	19,219	1.5%
Alemania	18,258	1.4%
Total	1,110,532	86%

Fuente, INGUAT.

3.2. Posicionamiento de Guatemala como destino turístico

Guatemala posee una excelente localización geográfica, y está situada muy cerca del mercado turístico emisor más grande del mundo (EE.UU.), además cuenta con una naturaleza extensa y singular, con una gran diversidad de microclimas en un territorio relativamente pequeño.

Existe una gran cantidad de recursos históricos como por ejemplo: las ruinas de la civilización maya y su centro arqueológico más importante, Tikal y la Antigua Guatemala que mantiene viviente los vestigios de la Época Colonial. En lo que se refiere a recursos culturales, Guatemala dispone de dos manifestaciones bien acentuadas: la cultura occidental y la propia de las comunidades indígenas.

Por consiguiente, al hablar de Guatemala, el producto genérico que mejor está posicionado es el turismo cultural, donde ocupa un lugar privilegiado dentro del panorama internacional, teniendo como principal competencia en el continente americano México, algunos países de América del Sur y determinadas regiones de Norteamérica.

Existen otros productos genéricos con alto potencial como, por ejemplo: giras de naturaleza, turismo de aventura, turismo de compras y negocios, etc. Sin embargo, resulta poco práctico realizar un análisis desde un punto de vista nacional, pues existen productos específicos para desarrollar destinos dentro de la estrategia definida por el INGUAT, dentro de la propuesta de sistemas de turismo, durante el año 2006, la estrategia ha sido modificada para impulsar actividades y no regiones como lo venía siendo hasta ahora.



4. Sitios Turísticos de la Zona CARL por Municipio y su Situación

a) Santa Catarina Mita, Jutiapa

En cuanto al turismo en el municipio se encuentran gran variedad de centros turísticos distribuidos en todo el territorio municipal y principalmente en su cabecera, entre los cuales podemos mencionar los siguientes:

- Volcán Suchitán (derecha)
- Iglesia Católica
- Polideportivo Municipal (abajo)
- Balneario Brisas del Sunzo
- Balneario Las Vegas
- Volcán Ixtepeque
- Y otros en el área urbana.



En el caso del Volcán Suchitán, gracias a la declaratoria de reserva municipal, se ha iniciado el proceso de constituirse como un atractivo turístico con proyección hacia el turismo nacional y extranjero.

Actualmente la visitación recibida por el Volcán es principalmente proveniente de municipios y departamentos vecinos, así como, por biólogos o turistas especializados que buscan conocer su biodiversidad.

Lamentablemente, Santa Catarina Mita –como muchos de los municipios de la CARL, exceptuando a Esquipulas— no se encuentran vinculada a rutas o circuitos turísticos existentes y promovidos por el INGUAT y las empresas operadoras de turismo receptivo.

Los sitios turísticos visitados ofrecen sobretodo una alternativa de recreación para población local, no han sido diseñados o adaptados para poder recibir turistas externos a la zona o extranjeros. No obstante, sí podrían adecuarse y el personal podría capacitarse, pero esto debería obedecer a un plan que responda a la demanda de mercado que se pueda establecer, luego de la vinculación de Santa Catarina Mita a una ruta turística.



b) Asunción Mita, Jutiapa

Los sitios identificados son:

- Lago de Güija y área protegida, Aldea San Juan de la Isla (derecha)
- Balneario Mongoy (abajo)
- Balneario Atatupa
- Balnearios de Río Ostúa

El lago de Güija tiene el potencial de poderse convertir en un sitio turístico de visitación bi-nacional entre guatemaltecos y salvadoreños, por su ubicación entre ambos países.



No obstante, esta zona no ha contado con planes de manejo o prevención de la depredación y avance de la frontera agrícola. Las aguas tienen algunos problemas de contaminación y las áreas circundantes están casi completamente deforestadas, por lo



que antes de poder lograr su inclusión en rutas turísticas, habría que iniciar una labor de rescate del ecosistema y promoción de la reforestación. Las inversiones turísticas tendrían que evaluarse, paralelamente al avance en el proceso de rescate del lago.

Los balnearios Mongoy, Atatupa y del Río Ostúa, necesitan inversiones relevantes para poder atraer turistas de fuera de la región, constituyéndose actualmente como sitios para la recreación de las familias locales.

c) Agua Blanca, Jutiapa

Los sitios turísticos de Agua Blanca, considerados con potencial por las autoridades locales son:

- Acceso por la Aldea Monte Rico al Volcán y Lago de Ipala (1), así como al Volcán Monte Rico (2).
- Cueva de La Leona, Lago de Ipala (3).
- Aldea Papalhuapa, Ruinas del Palacio de Montezuma
- Caserío Las Majadas, Cataratas y Cuevas de la Iglesia Las Cañas
- Cueva sobre el río Carrizal (4)





2

Es prioridad de las autoridades locales cancelar la extracción del agua del lago de Ipala habilitando pozos para las comunidades más cercanas al mismo.

Algunas personas de la comunidad consideran como una opción turística, habilitar una ruta de acceso al Volcán de Ipala por la Aldea Monte Rico. El volcán del mismo nombre se encuentra totalmente deforestado, como la mayoría del municipio. Actualmente, como se aprecia en las fotos, el acceso por este lado es imposible, a menos que se realice en bestias o luego de haber arreglado el camino.



3

En la generalidad de sitios del municipio se tiene el deseo de reforestar el área con especies forestales y frutícolas, proteger y conservar los recursos naturales, controlar los incendios forestales y el sobre pastoreo, evitar la contaminación del lago con pesticidas agrícolas.



4

Además, los COCODES desean obtener capacitación sobre atención al turista y desarrollo de microempresas turísticas,

quisieran que se mejoraran los caminos de acceso (ampliación y balastro), habilitar parqueos, establecer sitios de hospedaje, comedor, tiendas, brindar seguridad, promoción del sitio, crear página web, por último, organizar al COCODE en un Comité de Turismo.

Todo lo anterior, permite darse cuenta del potencial que muchas personas pueden encontrar en el desarrollo del turismo, no obstante los sitios visitados se encuentran en situación precaria. No se pudo apreciar un flujo, ni siquiera marginal de turistas. No coincide con rutas turísticas importantes y los alrededores no ofrecen servicios de apoyo al turista. Para poder iniciar un desarrollo turístico, habría que invertir en el desarrollo de los sitios con infraestructura de atención, acceso y servicios, además de recuperar el ecosistema.



d) Esquipulas, Chiquimula

Los sitios de interés turístico en Esquipulas son varios, su principal atractivo es el Templo (Basílica) del Cristo Negro de Esquipulas

- Cerrito Morola y Convento de Belén (mirador de la ciudad)
- Basílica de Esquipulas
- Parque Chatún
- Piedra de los Compadres
- Área Protegida Trinacional Montecristo
- Cueva de las Minas
- Turicentros la Planta y Atulapa
- La Peña Blanca
- Saltos de las Minas
- Monumento a la Paz
- Acueducto Los Arcos



Según estadísticas locales, obtenidas por la Asociación Benedictina y la COOSAJO, R.L., Esquipulas recibe un estimado de 1 millón de turistas anuales, especialmente peregrinos que visitan la Basílica y la imagen del Cristo Negro. Esta fue inaugurada el 4 de noviembre de 1,758 y el Cristo Negro desde entonces se ha convertido en la imagen de mayor veneración en toda el área centroamericana y México. El 82% de los turistas que visitan Esquipulas, visita la Basílica.



Esquipulas cuenta con otros atractivos, ya sea desde un punto de vista cultural, como la Parroquia Santiago (izquierda), el convento Belén en el Cerrito Morola, Los Arcos, o desde un punto de vista natural, ecológico o de simple recreación, como la Cueva de las Minas, la Piedra de los Compadres, Turicentro La Planta, Turicentro Atulapa y el Parque Ecológico Chatún, que en chortí significa “Lugar de la Piedra”. Este parque cuenta con piscinas, toboganes, laguna para pescar, restaurante, áreas deportivas, y otros, y con normas sanitarias e higiénicas.

En general de la Zona CARL, Esquipulas es el sitio con mayor organización formal de turismo, contando con 2 organizaciones que se entrelazan entre sí, pero que juegan un papel fundamental en el desarrollo turístico: a) El Comité de Autogestión Turística de



Esquipulas; y b) la Filial de la Cámara de Turismo de Esquipulas. Así mismo, éstas se vinculan a la Cámara de Comercio, el Consejo de Desarrollo, coordina actividades con COOSAJO y lidera esfuerzos por desarrollar al municipio.

Además, es el único municipio en el que se aprecia una cantidad considerable de negocios privados de turismo, pudiéndose identificar hoteles, restaurantes, empresas de transporte, operadores de turismo, empresas de publicidad y diseño gráfico, turicentros o parques ecológicos, fincas con orientación ecológica para hospedaje, turismo de aventura y naturaleza, entre otros. Así mismo, en torno al turismo giran otros negocios, como la producción y comercialización de artesanías y suvenires, alimentos, dulces típicos, de los cuales dependen muchas personas.



El nivel de desarrollo y volumen de visitantes que recibe la ciudad por el turismo religioso, ha despertado el interés de ofrecer actividades complementarias, que inviten a los turistas a quedarse más tiempo en el municipio, aumentar la derrama económica en negocios locales y beneficiar a más personas con el turismo.

De la misma forma, se busca combinar el destino turístico Esquipulas, con otras ciudades de la zona del Trifinio de Honduras, como es Copán, y de El Salvador, como lo sería La Palma.

Es necesario que en este proceso, los negocios de turismo complementarios se capaciten intensivamente en temas relevantes, que les permita estar al nivel necesario para brindar una oferta turística de calidad inmejorable.

Actualmente se aprecia un fenómeno negativo en cuanto al turismo internacional que llega a Esquipulas, en muchos casos, los autobuses Pulman que llegan a la ciudad con turistas extranjeros sólo visitan la Basílica y siguen su recorrido hacia otros destinos, como podría ser Copán o incluso de fuera de la zona, hacia Quiriguá en Izabal. Esto no permite a los empresarios locales obtener ingresos de esos turistas, sino pasan de largo hacia otra región.

Paralelamente, se aprecian elementos importantes que deberán ser tomados en cuenta para mejorar las condiciones de la oferta turística, como lo son: ordenamiento territorial y de vendedores en calles y mercados locales; reglamentación de tránsito y de empresas de taxis y mini-taxis; limpieza y ornato de la ciudad; manejo de desechos sólidos; reforestación; mantenimiento de fuentes de agua.



Los elementos clave para el aumento del turismo hacia Esquipulas y sus destinos complementarios, son **el diseño y estructuración de paquetes turísticos y su mercadeo eficiente**, integrando en los mismos los productos turísticos que se considere son complementarios. Es especialmente importante, que se diseñen paquetes con énfasis en diferentes temas, ya sea naturales o culturales, o combinaciones de ambos. Se pueden elaborar paquetes especiales para ecoturismo, observación de aves, deportes extremos, agroturismo, trekking, entre otros.

No es necesario que todos los productos de un paquete turístico sean especializados, pero el énfasis se hace en los especializados. Todos los recorridos pueden empezar o terminar con la Basílica, por ejemplo.



Actualmente el Parque Chatún es un muy buen inicio para el desarrollo de actividades complementarias al turismo religioso, especialmente para el turista nacional.

e) Ipala, Chiquimula

En este municipio se encuentra el Volcán y Laguna del mismo nombre “Ipala”, así mismo, otros sitios sin desarrollo, pero que son consideradas como potenciales por las autoridades y pobladores locales:

- Pozas Río San Marcos
- Poza de la Pila (abajo)
- Poza Verde
- Pozas de Aguas Termales
- Pozas del Pato y Pozas Los Encuentros, todas sobre el Río San Marcos



El Volcán de Ipala es un Área Protegida de Usos Múltiples inscrita en el Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas – SIGAP – instituido por el Consejo Nacional de Áreas Protegidas – CONAP. Cuenta con una visitación anual de 22,000 turistas, principalmente nacionales que suben a distraerse al lago con actividades acuáticas, a acampar y a realizar actividades ecoturísticas.

Este volumen de visitantes se puede considerar muy relevante, especialmente en comparación con sitios de la zona, como el Volcán Suchitán o los balnearios en Santa Catarina Mita o Asunción Mita.



Se podría decir que es un foco de atracción turística para la región oriental de Guatemala, aunque en este momento los visitantes sean principalmente guatemaltecos. Es necesario impulsar el desarrollo de infraestructura que facilite el asenso al Volcán y permita el alojamiento en mejores condiciones en la cima / laguna.



Habría que buscar la vinculación del sitio, con rutas turísticas ya establecidas o establecer nuevas, partiendo de Ipala o de Suchitán, para luego pasar a Esquipulas, combinando de esa forma un sitio de singular belleza natural, con un atractivo cultural / religioso, que también ofrece atractivos turísticos, eco-turísticos y de aventura, pero sobre todo ofrece servicios complementarios.



Los destinos adicionales, como las pozas sobre el Río San Marcos, como la de la Pila, del Pato, Verde y de Aguas Termales, no están listos para recibir turistas. Antes de poder incorporar turistas a estos lugares, hay que trabajar en desarrollar el producto, así como en la implementación de medidas de seguridad y previsión para poder garantizar a los turistas un mínimo de certeza y comodidad.

f) Concepción Las Minas, Chiquimula

Este municipio cuenta con pocos atractivos turísticos y con un mínimo desarrollo, no se pudo identificar a organizaciones involucradas en el apoyo al turismo

El municipio cuenta con algunos atractivos turísticos que no tienen infraestructura básica. Algunos de estos sitios son: La Biósfera de la Fraternidad –lugar estratégico donde convergen los países de Guatemala, El Salvador y Honduras— donde también se encuentran localizadas Las Grutas en Aldea el Socorro, El Cerro El Sillón, ubicado en Caserío Limones; el río Grande, que recorre parte del municipio y en su parte baja es visitado por vecinos del Municipio y de los alrededores; El Parque Escuela, que se localiza en caserío El Limite, en el cual se encuentra la primera Escuela Ambiental a nivel regional. También se pueden apreciar construcciones antiguas que son testigos de la actividad minera que se desarrolló en el lugar, ubicadas en Aldea San José y el Parque Centenario de la Cabecera Municipal.



Aunque las autoridades municipales muestran un gran interés por impulsar proyectos eco-turísticos, no se aprecian avances relevantes en la vinculación con el turismo.

El principal objetivo de las autoridades al interesarse en el turismo, es la protección de los recursos naturales, pues el municipio ha sido seriamente deforestado y cuenta con pocas áreas boscosas.



g) Olopa, Chiquimula

La Oficina Municipal de Planificación de Olopa considera que el municipio cuenta con una enorme riqueza natural (quebradas cristalinas, verdes montañas, acogedores bosques, aguas termales), cultural (trajes, idioma, costumbres, tradiciones) e histórica que constituyen un atractivo turístico para la zona oriental del país.



Los sitios eco-turísticos potenciales son los siguientes:

- La cumbre de Nochán, donde la niebla hace sentir una especial espiritualidad;
- La Laguna de Tuticopote (derecha), ubicada a 1420 msnm, con una extensión de 3600m² y cuyo nombre significa “a la entrada del bosque”, esta ofrece, a 6 kilómetros de la cabecera municipal, un cuadro impresionante por la tranquilidad de sus aguas y los cerros que le sirven de resguardo al fondo.
- Las Cuevas del Rey, en las márgenes del Río Cayur a 10 kilómetros del poblado, donde el agua –con su eterno correr subterráneo— ha formado en las rocas diversas figuras, que causan especial admiración a los visitantes.
- El Balneario Agua Tibia, es el nacimiento del Río Lempa, son dos vertientes –uno de agua fría y otro de agua Tibia— a poca distancia uno del otro. Se ha construido un Turicentro.
- Corredor Peña, situado a la margen del río Cayur y formado por el eterno correr de las aguas de dicho río.





- La Cueva del Negro (izquierda), es un conjunto de cavernas que albergan formaciones rocosas hechas por la acción del agua, el tiempo y la fauna que tiene ahí su hábitat, ésta se encuentra en la margen del Río Cayur, en la Aldea La Prensa. Este es un atractivo considerado con valor arqueológico.

Los sitios mencionados pueden constituirse como destinos para el turismo local o de la región. Es necesaria la vinculación de los atractivos con rutas turísticas para poder desarrollarles y hacerles potenciales. Uno de los atractivos que podría constituirse como atractivo es la “cultura viva” Chortí.

5. Potencialidades y Atractivos Turísticos de la Zona CARL

Cada municipio de la CARL se puede decir que cuenta al menos con un atractivo con mayor o menor potencial de desarrollo:

<i>Municipio</i>	<i>Atractivo Turístico</i>
Santa Catarina Mita	• Volcán Suchitán
Asunción Mita	• Lago de Güija
Agua Blanca	• Volcán y Laguna de Ipala
Ipala	• Volcán y Laguna de Ipala
Concepción Las Minas	• Biósfera de la Fraternidad
Olopa	• Cueva del Negro
Esquipulas	• Basílica de Esquipulas • Parque Chatún • Área Protegida Trinacional Montecristo • Cueva de las Minas

No obstante, todos tienen algún atractivo, solamente Esquipulas cuenta con una visitación significativa. Los atractivos locales de cada municipio pueden cuando mucho recibir de 1,000 a 2,000 visitantes, la Laguna de Ipala por lo menos 22,000; mientras que Esquipulas recibe más de 1 millón de visitantes al año.

Es evidente que Esquipulas, y principalmente la **Basílica de Esquipulas**, es el principal atractivo de la zona CARL, no obstante realiza esfuerzos por diversificar su oferta turística, hacia lo natural principalmente. Para revertir algunas situaciones adversas que le afectan en su sector turístico y los sectores económicos complementarios como las artesanías. Para aumentar el tiempo de visita y la derrama económica se está complementando la



oferta con parques ecológicos, de recreación, entre otros. Es una gran ventaja para la zona CARL contar con Esquipulas y su alta visitación turística, no obstante, es necesario desarrollar paquetes y rutas turísticas mediante las cuales se puedan incorporar los destinos del municipio de Esquipulas y, posiblemente, algunos de los destinos más desarrollados de los municipios de la zona.

La **Laguna y Volcán de Ipala** cuentan con elementos importantes de diferenciación, pues es un área protegida con una laguna en la cima de un volcán, ese elemento le ha permitido mantener un número significativo de visitantes anualmente, mayor a los 20,000. Gracias a algunos apoyos, la zona del lago se ha ido mejorando y la promoción ha aumentado, siendo incluida en circuitos de unas pocas operadoras de turismo nacionales.

El anterior podría ser el futuro del **Parque Municipal Volcán Suchitán**, si éste logra su inclusión en rutas turísticas de ecoturismo especializado.

Los demás atractivos se encuentran en una situación tan incipiente que es necesario que los planes de desarrollo turístico se prevean para ejecutarse en un mediano o largo plazo.

6. Situación de las Mipymes prestadoras de servicios turísticos de la Zona CARL

Existen organizaciones como Asociaciones y Cooperativas, así como COCODES y Corporaciones Municipales, interesadas en impulsar el desarrollo turístico en los municipios de la CARL, como una estrategia para la conservación de los recursos naturales y, al mismo tiempo, como una actividad generadora de fuentes de empleo e ingreso para las comunidades locales. Estas organizaciones son jóvenes y no cuentan con planes estratégicos definidos a largo plazo, incluso en el actual proceso electoral, pueden ser afectadas por efectos políticos negativos.

Se pueden identificar un par de organizaciones interesantes, bien organizadas y con visión de futuro, especialmente la ADISO en Ipala y la APOLO en Olopa, aunque la primera es especializada en turismo y la segunda vincula sus actividades productivas cafetaleras con el turismo y otras actividades.

Las MIPYMES prestadoras de servicios turísticos de la región, se encuentran en menor medida en Santa Catarina Mita, en 3 balnearios con hotel, los cuales no demuestran especialización en sus actividades y desean realizar inversiones en infraestructura para aumentar el prestigio de sus establecimientos y lograr mayor visitación y rentabilidad.

En Esquipulas sí se puede apreciar una existencia de MIPYMES organizadas y con una visión de conjunto, por lo cual muchas son socias de la Cámara de Turismo – Filial Esquipulas. Existen hoteles, restaurantes, comedores, fincas con servicios turísticos, empresas de transporte, taxis, etc.



Las empresas del sector turístico de Esquipulas, se aprecian con cierta estabilidad y permanencia, algunas tienen muchos años de existir y es ahora cuando empiezan a diversificar y especializarse. Se hace muy evidente el interés de las empresas locales por profesionalizarse y mejorar sus estándares de calidad, como una forma de mantenerse vigentes en el mercado y poder competir en las condiciones actuales que demanda la globalización.

Aunque muchas saben las necesidades de capacitación y asistencia técnica que tienen, así como el monto de las inversiones que quisieran realizar, los mismos no obedecen a planes de negocios, realizados sobre la base del mercado y sus requerimientos, períodos de retorno, etc.

7. Organizaciones Gremiales

Desde inicios del año 2,003, con el apoyo de la COOSAJO, R.L., la Asociación de Gerentes de Guatemala y el BID, se inició un proceso de establecimiento y formación de un Cluster de Turismo de Esquipulas. El conglomerado de empresas del Cluster de Turismo inició un proceso de realización de reuniones, talleres, encuentros, mesas de trabajo, asesorías y acompañamiento de varios actores relevantes, lo que llevó a la creación de la página www.esquipulasverde.com y la creación de la Cámara de Turismo – Filial Esquipulas. Producto de estos talleres y actividades se presenta a continuación un mapa del Conglomerado de Turismo – Esquipulas 2,013.

Más recientemente (fines de 2,005 y principios de 2,006), se integró el Comité de Autogestión Turística de Esquipulas, contando con una coincidencia casi exacta de sus integrantes y colaboradores, que la Filial.



8. FODA del Sector Turismo de la Zona CARL

FORTALEZAS

- La principal fortaleza del sector turismo de la Zona CARL, para las autoridades municipales y comunitarias son sus recursos naturales y culturales.
- La existencia de la Basílica de Esquipulas y el atractivo turístico que representa para turistas peregrinos de la región centroamericana y de México, permite contar con una amplia visitación que podría ser abordada y aprovechada para generar beneficios en otros sitios turísticos, segmentos de turismo y municipios de la zona CARL.
- La reciente concientización de pobladores y autoridades sobre la importancia de preservar los recursos naturales y la relevancia del turismo para colaborar con la tarea.
- La existencia de empresarios privados propensos a apostar por Esquipulas y el potencial del turismo en su región, lo que brinda un elemento fértil para la inversión en la zona.
- Cuentan con personal dispuesto a ser capacitado, el cual tiene alguna experiencia en servicios de hospitalidad, debido al alto volumen de turistas que llegan a Esquipulas desde hace mucho tiempo.
- Cerca del 50% de los sitios turísticos cuentan con infraestructura básica y de recreación para la prestación de sus servicios.
- Los Alcaldes y las Municipalidades de la zona cuentan con el apoyo institucional para la implementación de las Oficinas Municipales de Planificación, las cuales buscan diversificar las actividades para la defensa del patrimonio natural de cada municipio.
- Aún se cuenta con condiciones climáticas favorables.
- Cuentan con algunas organizaciones productivas y ambientales; o con otras, como las cooperativas, las cuales se involucran en el tema turístico.
- Cuentan con el apoyo de la COOSAJO, R.L., la cual no sólo realizó una gran inversión con la construcción del Parque Chatún, sino también apoya los procesos de clusterización, integración del sector y brinda servicios financieros.
- Las áreas boscosas y atractivos naturales cuentan con buena accesibilidad, en la mayoría de los casos.
- Hay instituciones afines que se han acercado a la zona para apoyar el tema ambiental, especialmente desde la reforestación, lo que permite mejorar las condiciones para el ecoturismo.
- No se aprecian conflictos territoriales relacionados con las áreas de potencial turístico.



OPORTUNIDADES

- Mediante el aprovechamiento de los recursos naturales se generan ingresos y empleos, lo que viene hacer una alternativa de solución a la pobreza en la cual viven los habitantes de muchas comunidades.
- Aumentar el flujo turístico a la zona CARL, por medio de la difusión y promoción, así como, por medio de la creación de circuitos turísticos temáticos o geográficos y la creación de paquetes turísticos atractivos.
- Obtener ingresos del turismo a actividades productivas como las artesanías, el comercio y los servicios.
- Por medio del apoyo del INAB, se tiene la oportunidad de incluir más áreas de reforestación y conservación a través del PINFOR – para propietarios privados y municipalidades – y a través del PINPET – para organizaciones de pequeños silvicultores organizados y comunidades – con lo que se puede beneficiar a muchas personas gracias a los incentivos que se reciben. Esto permite contar con áreas protegidas que pueden ser usadas para el ecoturismo, la recuperación o protección de fuentes de agua, la protección de la biodiversidad de la zona.
- Contribuir a la protección de las fuentes de agua de la región, mediante la regeneración de los ecosistemas y zonas de vida, así como respetando el uso original de la tierra.
- Gestionar proyectos y programas de largo plazo con enfoque ambiental y productivo, para el rescate de las zonas boscosas, la reforestación y la protección de la biodiversidad. Paralelamente, desarrollar proyectos de ecoturismo.
- Diversificar actividades agrícolas y orientarlas hacia el turismo.
- Oportunidad de ampliar las áreas de los atractivos turísticos, gracias a que se cuentan con terrenos propios o municipales.

Plan Trifinio

DEBILIDADES

- Falta de capital propio para realizar inversiones necesarias en sitios turísticos privados y públicos.
- Falta de capacitación y asistencia técnica, especialmente en temas como servicio al cliente, control de calidad, marketing, desarrollo de productos turísticos, etc.
- Falta de equipo especializado para mejorar la prestación de servicios turísticos.
- Aunque hay personal con capacidad en algunas instituciones, a la mayoría de actores les falta personal técnico especializado.
- Falta de paquetes turísticos integrando la oferta de la región o sólo de Esquipulas.
- Poca conciencia de empresarios (finqueros) – con grandes o pequeñas extensiones de tierra – para iniciar procesos de reforestación, o simplemente de protección de las zonas de bosque, irrespetando el uso detectado y natural de la tierra y orientándolo para cultivos agrícolas o actividades agropecuarias, lo que en muchos casos contamina incluso fuentes de agua.



AMENAZAS

- Incendios forestales, provocados en muchos casos por actividades agrícolas o pastoriles.
- Avance de la deforestación y de la frontera agrícola.
- Inseguridad (robo y violencia a turistas).
- La débil e incipiente organización del sector en la zona (excepto Esquipulas).
- El cambio de las autoridades municipales, pues según algunos entrevistados el gran apoyo que se tiene a la actividad turística se podría acabar.
- Desaparecimiento de microempresas turísticas por falta de afluencia turística.
- No despertar el interés del turismo que pueda visitar la zona y decida visitar otras zonas.

9. Necesidades de Capacitación y Asistencia Técnica

El presente listado contiene los temas más solicitados que demandaron los entrevistados:

Área Técnica Turística / Servicios	Área Empresarial / Administrativa
<ul style="list-style-type: none"> • Como elaborar comidas • Crianza de mojarras • Relaciones humanas y servicio al cliente • Mantenimiento de piscinas y parques • Jardinería • Mantenimiento y reparaciones en el hotel • Mantenimiento y reparación de mototaxis • Prevención de desastres (correntadas) • Aprender idiomas • Guías de turismo • Concientización para la conservación de los recursos naturales • Elaboración de páginas Web • Como poner períodos de veda para la pesca • Control de incendios • Construcción de senderos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de proyectos turísticos • Aspectos legales • Comercialización de productos turísticos • Como hacer promoción, mercadeo y publicidad • Administración de negocios • Hotelería y Restaurante



10. Conclusiones

- **Apogeo del Turismo Mundial.** El turismo se ha consolidado como la actividad económica más importante en el ámbito mundial, al sobrepasar los ingresos generados por las exportaciones de petróleo, automóviles y aparatos electrónicos. En Guatemala, su importancia en la generación de divisas es únicamente sobrepasada por las remesas familiares. Ha sobrepasado los ingresos por exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales. El turismo en Guatemala está experimentando un importante período de apogeo. En los últimos diez años, las llegadas internacionales se han duplicado pasando de 563 mil unidades a 1.181 mil. Para este año 2,007 se espera que se alcance la cifra récord de 1.5 millones de turistas al año.
- **Sector Formal.** Todas las micro empresas entrevistadas están legalmente establecidas ya sea como asociaciones, empresas particulares, COCODES o Municipalidades. De los siete municipios diagnosticados, solo Concepción las Minas no reportó la existencia de una microempresa dedicada al turismo. Todas tienen un representante legal, encargados de su administración, teléfonos, una sede establecida, son de diferente índole: balnearios, hoteles, transporte, áreas protegidas, ecoturismo.
- **Esquipulas, destino más potencial de la zona CARL.** Es más que evidente que Esquipulas recibe la mayoría de visitantes en la zona CARL, especialmente en lo que respecta al turismo religioso.
- **Falta de Capital.** El problema más latente que tienen es la falta de capital para mejorar su desarrollo comercial e infraestructura. Todas tienen área para ampliar sus instalaciones, las mismas son propias municipales o áreas protegidas.
- **Falta de paquetes turísticos.** Se aprecia que no existen paquetes turísticos que presenten una oferta diversificada de los destinos o sitios turísticos de Esquipulas o de los otros municipios de la CARL. Especialmente importante es la falta de integrar a la zona como parte de otros circuitos turísticos que permitan aumentar la visitación y el tiempo de estadía.
- **Falta de Desarrollo de Productos Turísticos y Eco-turísticos.** La mayoría de sitios y atractivos turísticos locales, no cuentan con una descripción o definición que les permita ubicarse como parte de un circuito o ruta turística. Muchos de estos sitios, como ríos, lagos, volcanes, pozas, cuevas, necesitarán de serias evaluaciones de seguridad y de establecer orden y prioridades en los mismos, para poder desarrollar productos comercializables en los mercados nacionales y extranjeros de turismo.
- **Segmentación del Mercado.** Es necesario identificar el mercado objetivo para cada sitio o paquete turístico, para poder promoverlo en el nicho adecuado y que cuente



con respuesta efectiva del mercado. Entre los nichos especializados que se pueden explorar se encuentra el Aviturismo, Turismo de Aventura, entre otros.

- **Existencia de abundantes sitios naturales con potencial turístico.** Es muy común encontrar al menos 4 sitios locales en cada municipio que son considerados con potencial turístico, lamentablemente no cuentan con la visitación deseada y en muchos casos, adolecen de infraestructura básica o adecuada para la prestación de servicios turísticos.
- **Protección de fuentes de agua.** Es muy preocupante apreciar el ritmo de reducción de las fuentes de agua por la deforestación, además de la contaminación de la mayoría de las fuentes de agua con aguas mieles o desechos sólidos de las ciudades. La protección de un recurso y del otro van de la mano, sin el uno no podrá hacerse sostenible el otro.
- **Recurso Humano.** En cuanto al recurso humano especializado en el sector, a pesar de que se cuentan con varias instituciones educativas que imparten carreras afines, todavía existe poco personal especializado en el turismo y la prestación de estos servicios, especialmente en la zona CARL.
- **Apoyo Institucional.** Es evidente el apoyo de muchas de las Corporaciones Municipales y Alcaldes de la zona a la reforestación, protección de los recursos naturales e incentivo de actividades turísticas, algunos de los entrevistados temen que con las elecciones y el cambio de autoridades se acabe el apoyo al sector. Las de carácter municipal tiene el temor de la visión de las nuevas autoridades municipales.

Plan Trifinio
"Agua sin fronteras"

El Salvador • Guatemala • Honduras



11. Recomendaciones

- **Generación de Fuentes de Empleo e Ingresos.** Continuar incentivando la actividad turística, con la cual se generan ingresos y empleos, lo que viene a apoyar la reducción de la pobreza en la cual viven los habitantes de muchas comunidades. Hablar de ecoturismo, es hablar de desarrollo social en los sitios que son la base de estas actividades. Se debe iniciar un involucramiento serio, paulatino y estratégico que empieza desde la conciencia de los administradores de sitios hasta la motivación de los mismos pobladores comunitarios.
- **Educación Ambiental.** Guatemala aún cuenta con los recursos naturales en condiciones de conservación que aún permiten el desarrollo de las actividades ecoturísticas en general. Sin embargo es urgente iniciar acciones de educación, concientización y sensibilización a todos los sectores de la población, a efecto de garantizar la permanencia a futuro de estos recursos que permitirán el desarrollo de actividades económicas que no dañen y conserven los recursos naturales como la base de las mismas.
- **Generar campañas de concientización a la población sobre los recursos naturales.** Con éstas se podrá dar información a la población en general sobre la importancia de los recursos, los efectos de la deforestación, los beneficios que ofrece y las posibles buenas prácticas a implementar en cuanto a temas importantes como la leña, agua, desechos.
- **Gestionar Programas con enfoque Ambiental y Productivo.** Establecer contactos con entidades de cooperación para la gestión de fondos que permitan el rescate de las zonas boscosas, la reforestación y la protección de la biodiversidad. Paralelamente, se pueden plantear proyectos de desarrollo eco-turístico para comunidades que habitan zonas de potencial turístico.
- **Desarrollar proyectos de ecoturismo.** Orientar ciertas áreas que ya se encuentran en esquemas de protección a las actividades eco-turísticas, para contribuir a la generación de ingresos y autosostenibilidad.



12. Propuestas Estratégicas para el Desarrollo del Sector Turismo de la Región CARL

Las recomendaciones estratégicas para la intervención a ser planteada como parte del Proyecto PTCARL, a criterio de este equipo de consultores deben estar basadas en el desarrollo de paquetes turísticos especializados y la generación –o vinculación– a circuitos turísticos ya establecidos.

INTEGRACIÓN DE LA CADENA

Una cadena productiva integra el conjunto de eslabones que conforma un proceso económico, desde la materia prima a la distribución de los productos terminados. En cada parte del proceso se agrega valor. El caso del turismo no es diferente, pero los actores varían, involucrándose a empresas prestadoras de servicios de guiaje, reservaciones, comunicaciones, mercadeo, operadoras de turismo, destinos turísticos, transporte de pasajeros, taxis, artesanías y suvenires, restaurantes, comedores, hoteles, entidades de gobierno relacionadas, servicios financieros, centros de capacitación, universidades, cámaras de comercio o de turismo, transporte colectivo, aéreo, entre otros muchos.

Una cadena de valores completa, abarca toda la logística desde el cliente al proveedor. De este modo, al revisarse todos los aspectos de la cadena se optimizan los procesos empresariales y se controla la gestión del flujo de servicios e información entre los actores.

Integrar la Cadena Turística implica identificar a todos los actores involucrados en el sector; desde los proveedores de servicios, hasta los comercializadores. Cada actor tiene su importancia en la cadena, aunque algunos actores están integrados verticalmente para cumplir con toda la cadena, existen puntos débiles y fuertes que los hacen más o menos competitivos. Por ejemplo, un destino turístico puede ofrecer servicios de guiaje en su área, de transporte al sitio, de alimentación y de hospedaje, de reservación y de mercadeo para los mercados. Seguramente el destino tiene que contar con muchísimo personal para poder cumplir con todas las labores o etapas mencionadas, las cuales pueden ser subcontratadas o establecidas mediante convenio con proveedores especializados, a la vez, que se aumenta la derrama a más actores.

En esta Integración de Cadena todos los actores ganan y, en la medida en la que cada actor asuma su rol en la cadena, ésta tendrá una mejor integración, complementación y brindará mayor rentabilidad a los actores. Aunque la Cadena Turística no está integrada en todos sus eslabones en la zona CARL, será muy interesante generar espacios de vinculación y comunicación entre los primeros actores que se identifican.

De tal forma, la estrategia de Integración de la Cadena, debería incluir los siguientes pasos:



- Identificación de actores
- Determinación de potencialidades, fortalezas y debilidades
- Caracterización de Factores adversos y necesidades de los actores
- Definición de interacciones y complementariedades
- Identificación de mercados, oportunidades a explotar, historias de éxito
- Planificación e implementación
- Retroalimentación a los actores
- Evaluación de resultados (productividad, rentabilidad, nuevos negocios, ...)

Por supuesto que este proceso deberá ser acompañado de cerca por especialistas y podrá hacerse de manera asistida financieramente, pero solamente aportando aquellos recursos fuera del alcance de los actores.

La identificación de los actores y su exposición a las realidades de cada uno, podría generar la creación de nuevas organizaciones, ya sean integradas en la cadena, por eslabón, gremiales, cooperativas, entre otros. Estas organizaciones deberían buscar su vinculación hacia actores de la cadena a nivel nacional.

DESARROLLO Y DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Como punto de partida para la implementación de sitios turísticos y eco-turísticos de calidad, se hace necesario contar con un inventario preliminar de sitios con potencial turístico en la zona CARL, que muestre las capacidades actuales para el desarrollo de la oferta para este mercado específico. Este inventario, debe reunir la información necesaria a fin de definir criterios claros para una priorización general de los mismos de acuerdo al potencial de implementación inmediato.

En base al trabajo de inventario, se deberán identificar de 1 a 3 sitios por municipio que reúnan las mejores condiciones para su implementación inmediata a efecto de contar con productos de calidad para presentar una oferta turística consistente y real. En estos tres sitios, se trabajará para su implementación óptima en el corto plazo.

El primer paso, luego de su selección se debe evaluar y analizar el sitio, realizando una interpretación ambiental del mismo, con lo cual se obtengan todos los elementos que lo integran y determinan. Con este estudio, se podrán determinar los productos que se pueden ofrecer, así como el nicho de mercado al que se debe orientar.

De manera coordinada, se tendrá que diseñar uno o más circuitos turísticos de la zona CARL, los cuales incluyan productos complementarios entre sí y permitan la venta de paquetes turísticos a operadores de turismo, locales o nacionales. Para iniciar, algunos de los paquetes podrían vincularse con Esquipulas, lo cual serviría de “ancla” o atractivo para los turistas.



En un corto y mediano plazo, se debe promover el apareamiento de nuevos productos, administrados por iniciativas privadas y, principalmente por iniciativas comunitarias, incorporándolas a la presente estrategia, con el fin de presentar con el paso del tiempo y luego de esfuerzos conjuntos y sistemáticos un producto turístico de calidad en la región, sumamente competitivo y variado.

El desarrollo de los sitios, debe proveer la información necesaria sobre la calidad de la materia prima del turismo: los atractivos. Esta información debe documentarse científicamente para permitir ofrecer productos que sean adecuados a los intereses del turista que visite nuestro país o zona.

Nuestro país vive una grave crisis de inseguridad que afecta directamente a la industria turística en general. Es necesario reforzar la imagen de Guatemala como país seguro para el turista; aunque el ecoturismo en áreas protegidas es relativamente una de las actividades turísticas más seguras, se debe trabajar por minimizar las posibilidades de incidentes que puedan afectar el trabajo de promoción y de implementación de los sitios que se debe realizar para el desarrollo de esta Estrategia.

PLANES DE NEGOCIO

La Cadena Turística debe fortalecerse realizando Planes de Negocio para guiar en adelante las intervenciones, no sólo de los actores de las cadenas “las empresas”, sino también de entidades de desarrollo y financieras, reduciendo con esto los riesgos que afectan toda la actividad empresarial.

Estos planes de negocios deben contar con elementos indispensables y análisis definidos como, el entorno de las empresas, un análisis del mercado en que operan las mismas y las oportunidades de desarrollo; el modelo de negocio, identificación de la visión de los participantes en esta actividad; Análisis FODA en ejercicios participativos por empresa, lo que posibilitará validar los Planes de negocios. Por último, uno de los elementos más importantes de los planes, lo constituye las necesidades de financiamiento, sobre la base de los mercados objetivos y la demanda establecida. Es sobre la base de estos análisis financieros y de viabilidad, que se deberían buscar los créditos, tomando en consideración elementos clave como Punto de Equilibrio y Porcentaje de Retorno, entre otros.

Sería muy conveniente que luego de realizar Planes de Negocios de las empresas, se pudieran realizar para las organizaciones que se tengan o se vayan formando. Por ejemplo, CAT o Filial Camtur.

Aún y cuando algunas de las actividades no podrán ser financiadas autososteniblemente, será muy ilustrativo realizar los planes de negocio para poder establecer montos mínimos para la gestión de programas y proyectos, metas por períodos, factibilidad, etc.



CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA

Es de vital importancia el establecimiento de programas de capacitación empresarial y técnica, dirigidos, primero, a generar la conciencia sobre la importancia de la capacitación y profesionalización de los esfuerzos para poder generar actividades rentables y desarrollar el sector turístico.

La capacitación se entiende como un conjunto de actividades, de naturaleza muy práctica y participativa, que permita un aumento real de las capacidades de los actores en sus diferentes áreas de funcionamiento del turismo, tales como, organización, administración, crédito, producción, mercadeo y comercialización. O por otro lado, el área turística como: servicio al cliente, cocina, guiaje, entre otros.

ENCADENAMIENTO Y ESTABLECIMIENTO DE ALIANZAS

Por Encadenamiento se entenderá la creación de alianzas entre empresas compradoras de bienes o servicios nacionales o extranjeras y empresas proveedoras de los mismos, con el fin de establecer relaciones comerciales de largo plazo.

De tal forma, si queremos integrar la cadena turística, tendremos que establecer encadenamientos comerciales desde el nivel de los pobladores de sitios eco-turísticos, los proveedores de transporte y los guías de turismo, en fin a lo largo de toda la cadena del turismo. En la medida en la que se transparenten estos tratos o alianzas, que de hecho pueden ya existir, se puede obtener mayor conciencia en los compromisos y el rol que cada actor tiene en la cadena.

Por otro lado, al establecer contactos con empresas compradoras o proveedoras en otros mercados, al menos nacionales, se lograrán también encadenamientos, los cuales contribuirán a la generación no sólo de nuevos negocios / ventas, sino también a la generación de nuevos empleos e ingresos para las familias de la zona CARL.

Es de gran importancia el acompañamiento a los encadenamientos y el registro de los indicadores de avance que se vayan alcanzando, así como sistematizando las experiencias para poder replicar el modelo y aprender de los aciertos o desaciertos que se vayan logrando.

PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y ACTIVIDADES NACIONALES E INTERNACIONALES

Las ferias son oportunidades de venta ideales, pues se logra la concentración de muchas personas, potenciales clientes, en un mismo lugar. A la vez, que se centra la atención en la realización de negocios.



En algunas ocasiones estas ferias no logran constituirse en generadores de ventas, no obstante los participantes en ellas deben buscar aprender algo nuevo de ellas, especialmente mediante el análisis de su participación y la de otros.

Aunque en este momento no puedan los actores de la zona asistir a ferias a vender sus productos y paquetes, sí podría ser interesante que las actividades se convirtieran en didácticas, estando en contacto con empresarios de experiencia, conociendo historias de éxito y deseablemente, participando en capacitaciones o charlas.

Pueden compararse precios, calidades, servicios y otras características que colaboren con el éxito o fracaso de las ventas. Ponerse en contacto con operadores o distribuidores que pueden más adelante realizar ventas. Obtener contactos para la compra de nuevos equipos. Obtener nuevas ideas de productos, nichos, estrategias.

Pero sobre todo, las ferias deben ser esfuerzos serios como parte de una estrategia definida y no sólo como una forma de “ir a probar suerte”. Para la participación en ferias existen formas de prepararse para aumentar las probabilidades de éxito en las mismas. Fases previas, durante la feria y posteriores o de seguimiento, que son claves para sacar el mayor provecho de la experiencia.

