



ThinkTank
Initiative

Iniciativa
ThinkTank



Asociación de Investigación y Estudios Sociales



Konrad
Adenauer
Stiftung

GUATEMALA
CAMINA
PASOS FIRMES PARA CAMBIAR



Nº 6

Departamento de Investigación
y Consultoría Económica

Apoyar a las micro y pequeñas empresas es promover al país turísticamente

GUATEMALA, JUNIO 2015

El turismo es una de las actividades estratégicas para promover el desarrollo económico del país.

Pese a que Guatemala ha tenido un crecimiento favorable de las visitas internacionales –en especial las que llegan por vía terrestre–, el país está perdiendo competitividad frente a otros países-destino según el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo. De hecho, Guatemala se ha ubicado en dos mediciones consecutivas dentro de los cinco países con los mayores retrocesos.

A pesar de esta pérdida de competitividad, y aunque no se cuenta con mediciones exactas derivadas de una Cuenta Satélite de Turismo, se calcula que el turismo contribuyó con 3.4% al PIB y que generó 2.9% del total de empleos en 2014. Asimismo, se considera que es una de las actividades estratégicas para promover el desarrollo económico.

Es una actividad
desconcentrada
territorialmente



Existe al menos un
hotel en 217 de
338 municipios

Se basa
principalmente
en la operación
de micro y
pequeñas
empresas



Alrededor del
85.0% de los
hoteles y agencias
operadoras
de turismo se
clasifican con
dichos tamaños

Usualmente
las empresas
turísticas son
de propiedad
familiar



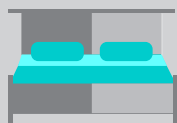
El 79.6% de los
hoteles y 51.2%
de los operadores
de turismo
pertenecen a un
mismo núcleo
familiar

Por ello, cualquier estrategia para aumentar la competitividad turística debe contemplar acciones para influir en las micro y pequeñas empresas. En esa línea se adopta la idea de que “la competitividad del destino turístico depende de una comunidad viable de pequeñas empresas de turismo y hostelería, que a menudo representan colectivamente el producto de destino”¹.

Tomando esto en consideración, se identificó que en el sector empresarial turístico:



La actividad hotelera en general está desconcentrada; sin embargo, en algunos municipios como la Antigua Guatemala, en Sacatepéquez, la infraestructura hotelera, y consecuentemente la actividad, está aglomerada. Por otro lado, otros destinos tienen potencial pero no existen rutas ni la infraestructura necesarias para acceder a ellos fácilmente.



Existen varias empresas que operan en la informalidad. Este hecho impide que puedan acceder a servicios de capacitación y que contribuyan en materia tributaria. Dichos establecimientos constituyen un reto para asegurar la satisfacción de los visitantes.



Las empresas turísticas tienen poca presencia en Internet. De manera que los clientes potenciales y reales no pueden conocer sus servicios fácilmente. Asimismo, en algunas ocasiones, la presencia en algunas páginas Web podría ser beneficiosa para obtener retroalimentación de sus clientes.



Algunas actividades ilícitas también se han vinculado en torno a la actividad turística, tales como el consumo de drogas, el trabajo infantil y la explotación sexual. En ese sentido, se han creado códigos de ética para un turismo responsable pero el reto es lograr que las micro y pequeñas empresas se adhieran.



Las mujeres tienen una participación importante especialmente en actividades como hoteles, restaurantes y fábricas de artesanías.



Desde un punto de vista comparativo, Guatemala es un destino más barato que otros países. Sin embargo, debe cuidarse que los bajos precios no estén relacionados con una baja calidad de los servicios turísticos, y que no procuren cumplir con la accesibilidad universal.

Por lo anterior, la presente propuesta para impulsar la competitividad turística, en especial de las micro y pequeñas empresas (mipyme), está acorde a la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022, integra nuevas acciones dadas por las tendencias turísticas recientes y hace énfasis en las condiciones que deben alcanzarse para que los aspectos negativos asociados al turismo no minimicen los beneficios de esta actividad.

¹ Dewhurst, H., Dewhurst, P., & Livesey, R. (Marzo de 2007). Tourism and hospitality SME training needs and provision: A sub-regional analysis. *Tourism and Hospitality Research*, 7(2), 131-143.

“El éxito de la actividad turística no se debe medir únicamente por el crecimiento de las visitas internacionales e ingreso de divisas, sino también por la capacidad de generar bienestar para los habitantes del país”

Por ese motivo, se realizan cuatro ejes de propuestas principales:

1

AUMENTAR LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

1. Promover una presencia mayor de la oferta empresarial en Internet para aumentar la demanda de sus servicios turísticos.
2. Regular el alojamiento en establecimientos de hospedaje no hoteleros, con el fin de evitar la evasión fiscal y asegurar la calidad de los servicios de hospedaje.
3. Desarrollar programas para concientizar, sensibilizar y proporcionar servicios más apropiados para las personas con discapacidad.
4. Priorizar la construcción y mantenimiento de caminos y carreteras que concilien las necesidades de infraestructura del país con rutas a destinos turísticos.
5. Las instituciones bancarias promueven el uso de puntos de venta electrónicos en las MIPYME.

2

DESCONCENTRAR AÚN MÁS LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y PROMOVER ESTANCIAS MÁS LARGAS

1. Motivar la expansión de la actividad turística a otros municipios del departamento de Sacatepéquez, siempre observando la protección del patrimonio cultural y natural.
2. Realizar un inventario de los patrimonios culturales intangibles y promover la inclusión de nuevos patrimonios en la lista reconocida por la UNESCO.
3. Generar incentivos para tener estancias más largas.
4. Enlazar la emisión de reglamentos municipales de ordenamiento territorial con la estrategia de promoción turística.

3

DESMOTIVAR ACTIVIDADES ILÍCITAS ALREDEDOR DEL TURISMO

1. Continuar con las campañas de sensibilización contra el trabajo infantil, explotación sexual y comercio de drogas.
2. Generar una normativa clara para la autorización de actividades de los establecimientos abiertos al público.

4

PROMOVER MEJORAS EN LAS CADENAS DE VALOR TURÍSTICAS Y MAYORES OPORTUNIDADES EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

1. Impulsar el análisis de las cadenas de valor, en los lugares turísticos, para intervenir en los “eslabones” que impiden aumentar la calidad de los productos y servicios turísticos.
2. Promover el cumplimiento de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres promovidos por el Pacto Mundial de la ONU y de la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres).
3. Continuar con el programa de certificación “Sello Q” y vincularlo a las certificaciones regionales.

Autor

Violeta Hernández

Asociación de Investigación y Estudios Sociales

10ª Calle 7-48 zona 9, Ciudad de Guatemala

Teléfono: (+502) 2201-6300

Fax: (+502)2360-2259

www.asies.org.gt

asies@asies.org.gt



/asiesgt



/asies_gt

Departamento de Investigación y Consultoría Económica

Pedro Prado, Claudia García, Carlos González, Juan Pablo Pira

Dirección de investigación

Guisela Mayén

Revisora de estilo

Ana María de Specher

Diagramación

Cesia Calderón

La elaboración y publicación se realizó con la colaboración de la Fundación Konrad Adenauer de la República Federal de Alemania (KAS) y mediante una subvención del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC, Canadá), bajo la Iniciativa Think Tank www.idrc.ca/thinktank.

Las opiniones expresadas en esta publicación no necesariamente reflejan los puntos de vista del IDRC o su Consejo de Gobernadores, ni de la Iniciativa Think Tank (TTI).



Este reporte está protegido por una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported. Fotografía: Alan Morgan, interior restaurante Hector y balcón Hotel Posada San Pedro, Antigua Guatemala. Licencia de atribución.