

# NUESTRA RUTA EN EL 2021



Instituto Guatemalteco de Turismo



# Agenda

Nuestros planes y objetivos 2021

01

## Organigrama

Directivos y su función  
Departamento de Comunicación y Prensa

02

## Resultados 2020 y Proyección 2021

Ingresos de Turistas

03

## Líneas de Acción 2021

Proyectos, promociones, grupos de interés

04

## Línea de Tiempo 2021

Fechas relevantes para turismo nacional e internacional

05

## Mejores Prácticas

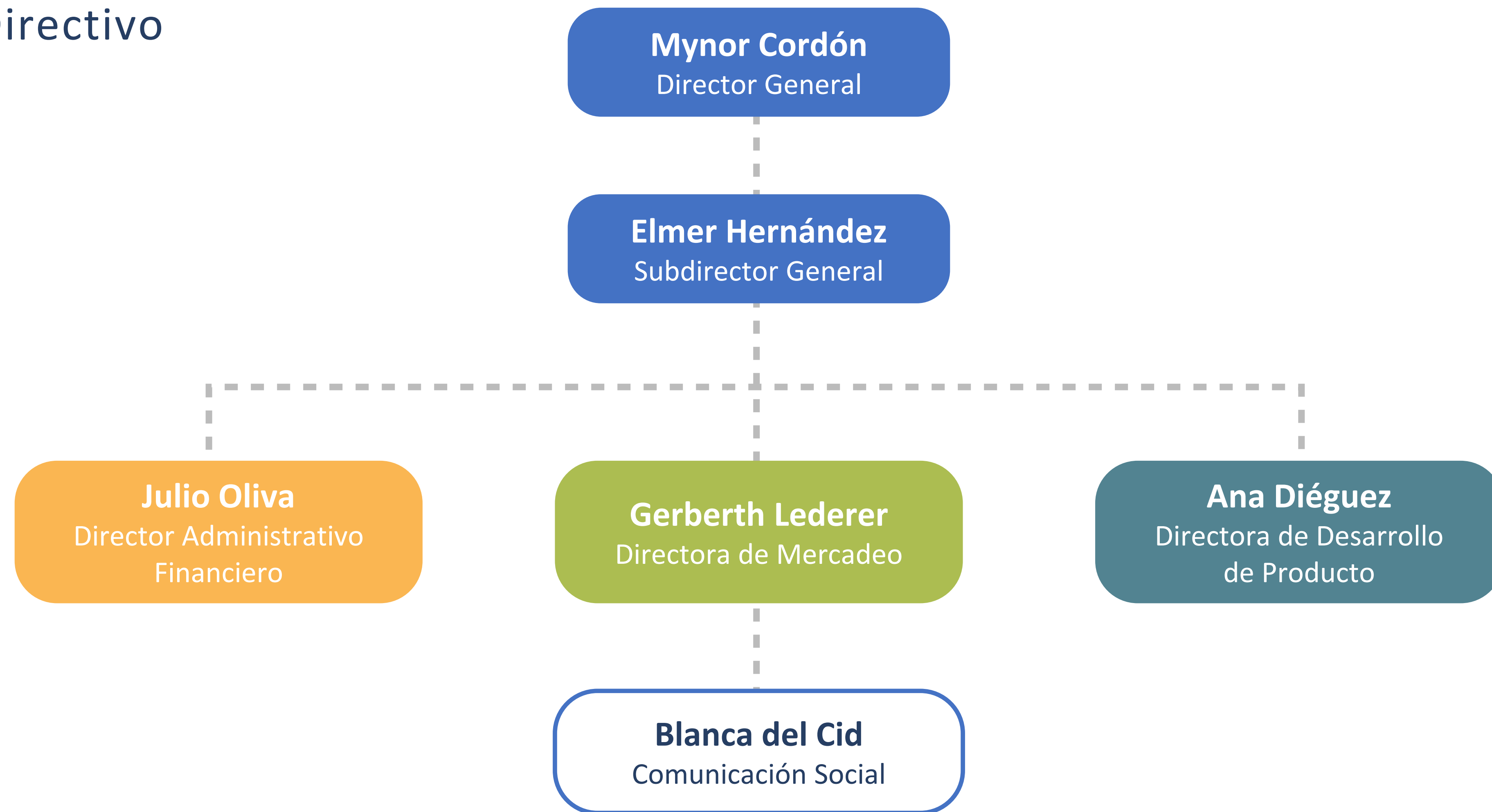
Casos de éxito para el turismo a nivel nacional e internacional

06

## Preguntas y Respuestas

# Organigrama

## Equipo Directivo



Tel. 4794-4206  
[comunicacion@inguat.gob.gt](mailto:comunicacion@inguat.gob.gt)

# ENFOQUE

La importancia del turismo en el país incide directamente en la economía de muchos guatemaltecos, empresas y negocios

Partiendo de este enunciado, el INGUAT se compromete a reactivar un turismo responsable, tanto en el turismo nacional como la fuerte reposición de imagen del país en el exterior.

Es la base del éxito de la reactivación económica del sector

# PREMISAS

- ▶ Marco legal en el que se encuentra el INGUAT.
- ▶ Ejecución depende de los ingresos por impuestos que generan los turistas y operación de hoteles, líneas aéreas.
- ▶ La ley estipula que no puede recibir fondos del Estado.
- ▶ Durante el año 2020, período de la pandemia Covid19 los ingresos por impuestos fueron escasos o casi nulos
- ▶ Los gastos operativos institucionales representan un porcentaje alto del presupuesto total.
- ▶ El presupuesto 2020 se vio reducido, debido a su falta de ingresos por impuestos de turismo en un 76%

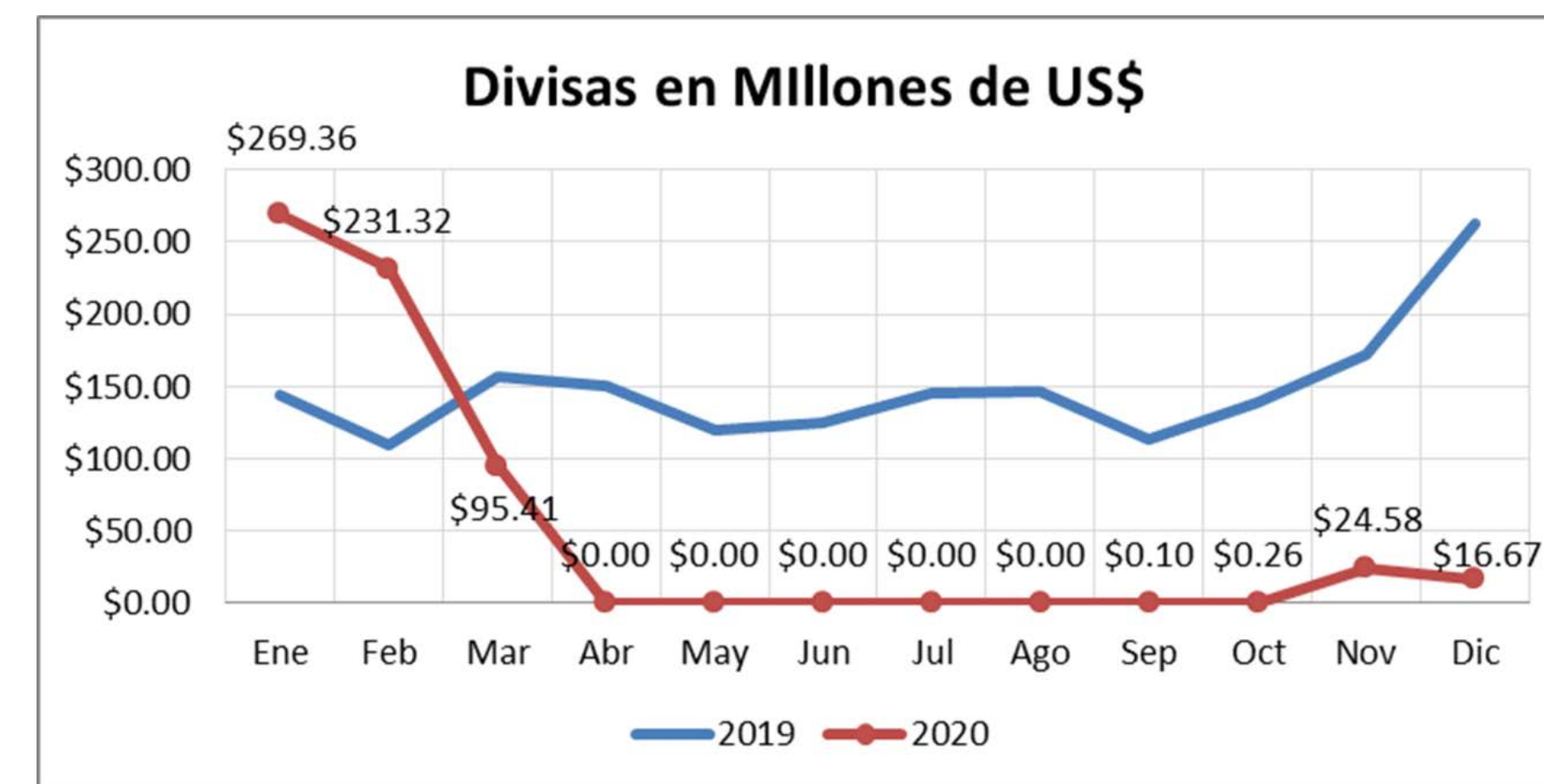
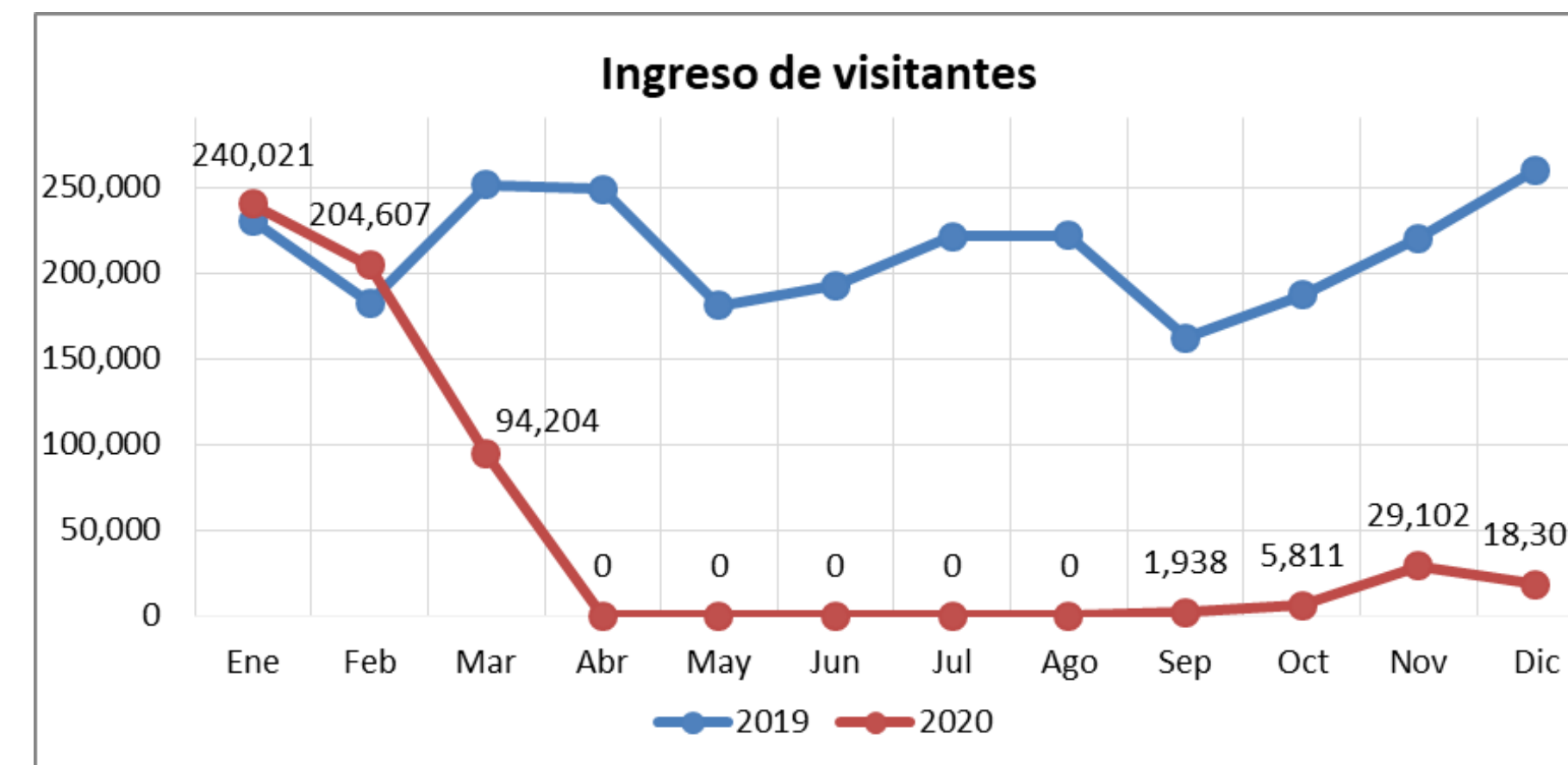


Instituto Guatemalteco de Turismo

# RESULTADOS, 2020 Y PROYECCIÓN 2021

# Movimiento de Visitas Internacionales

|                   | Visitantes Internacionales |                |             | Divisas              |                    |             |
|-------------------|----------------------------|----------------|-------------|----------------------|--------------------|-------------|
|                   | 2019                       | 2020           | Diferencial | 2019                 | 2020               | Diferencial |
| <b>Enero</b>      | 230,723                    | 240,021        | 4%          | \$143.59 MM          | \$269.36 MM        | 88%         |
| <b>Febrero</b>    | 182,750                    | 204,607        | 12%         | \$108.95 MM          | \$231.32 MM        | 112%        |
| <b>Marzo</b>      | 251,392                    | 94,204         | -63%        | \$157.13 MM          | \$95.41 MM         | -39%        |
| <b>Abril</b>      | 248,648                    | 0              | -100%       | \$150.80 MM          | 0                  | -100%       |
| <b>Mayo</b>       | 180,947                    | 0              | -100%       | \$120.20 MM          | 0                  | -100%       |
| <b>Junio</b>      | 192,801                    | 0              | -100%       | \$124.83 MM          | 0                  | -100%       |
| <b>Julio</b>      | 221,220                    | 0              | -100%       | \$144.78 MM          | 0                  | -100%       |
| <b>Agosto</b>     | 222,022                    | 0              | -100%       | \$146.26 MM          | 0                  | -100%       |
| <b>Septiembre</b> | 161,891                    | 1,938          | -99%        | \$112.96 MM          | \$0.10 MM          | -100%       |
| <b>Octubre</b>    | 187,107                    | 5,811          | -97%        | \$138.62 MM          | \$0.26 MM          | -100%       |
| <b>Noviembre</b>  | 220,055                    | 29,102         | -87%        | \$171.58 MM          | \$24.58 MM         | -86%        |
| <b>Diciembre</b>  | 260,043                    | 18,307         | -93%        | \$261.99 MM          | \$16.67 MM         | -94%        |
| <b>Total</b>      | <b>2,559,599</b>           | <b>593,990</b> | <b>-77%</b> | <b>\$1,790.11 MM</b> | <b>\$637.69 MM</b> | <b>-64%</b> |



Pérdidas estimadas

74%



**\$1.3 BILLONES**

Sólo en Estados Unidos

# Movimiento de Visitas Nacionales

|              | 2020              |
|--------------|-------------------|
| Enero        | 5,978,650         |
| Febrero      | 6,055,148 *       |
| Marzo        | 1,743,164         |
| Abril        | 0                 |
| Mayo         | 0                 |
| Junio        | 0                 |
| Julio        | 0                 |
| Agosto       | 0                 |
| Septiembre   | 3,372,339 *       |
| Octubre      | 6,076,147         |
| Noviembre    | 5,702,280         |
| Diciembre    | 4,126,353         |
| <b>Total</b> | <b>33,054,080</b> |

Cierre país

Reapertura





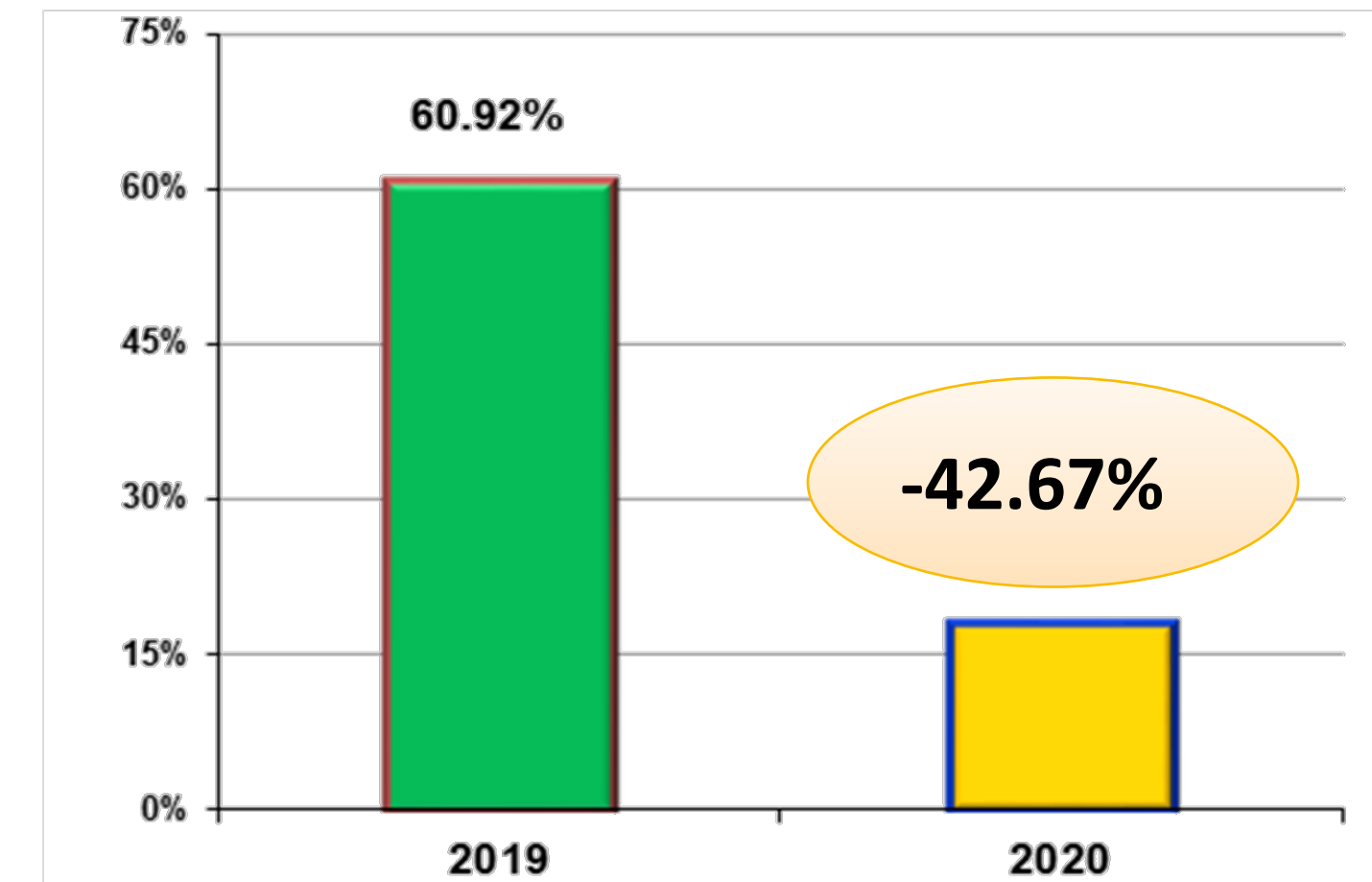
# Indicadores de sector turístico empresarial

## Apertura



| MES        | PORCENTAJE |
|------------|------------|
| Septiembre | 51%        |
| Octubre    | 83%        |
| Diciembre  | 86%        |

Cierre definitivo de empresas 14%  
(84 empresas)\*



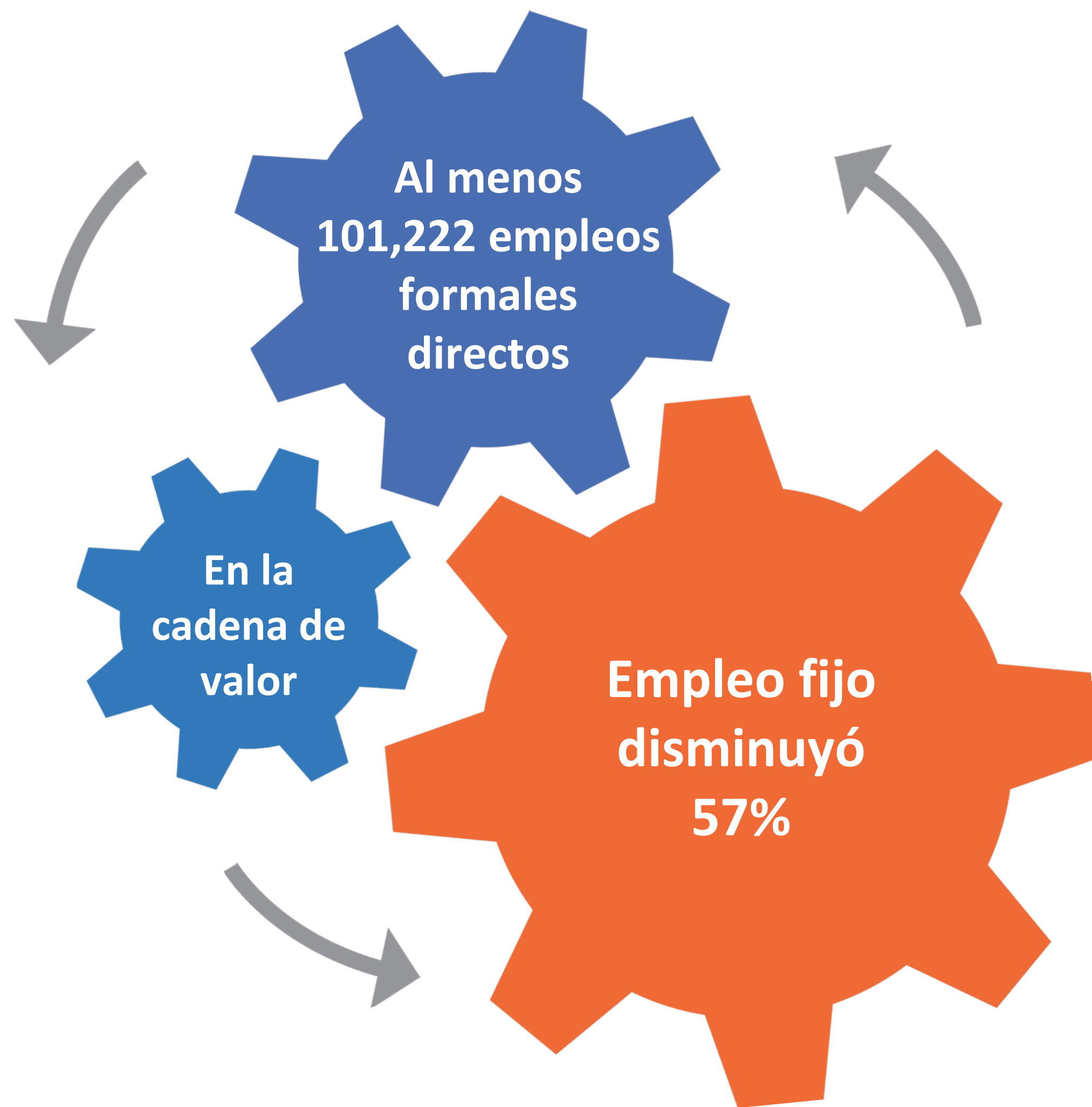
| DICIEMBRE                 | 2019   | 2020   |
|---------------------------|--------|--------|
| Índice Ocupación Hotelera | 60,92% | 18,25% |

6 meses restricciones

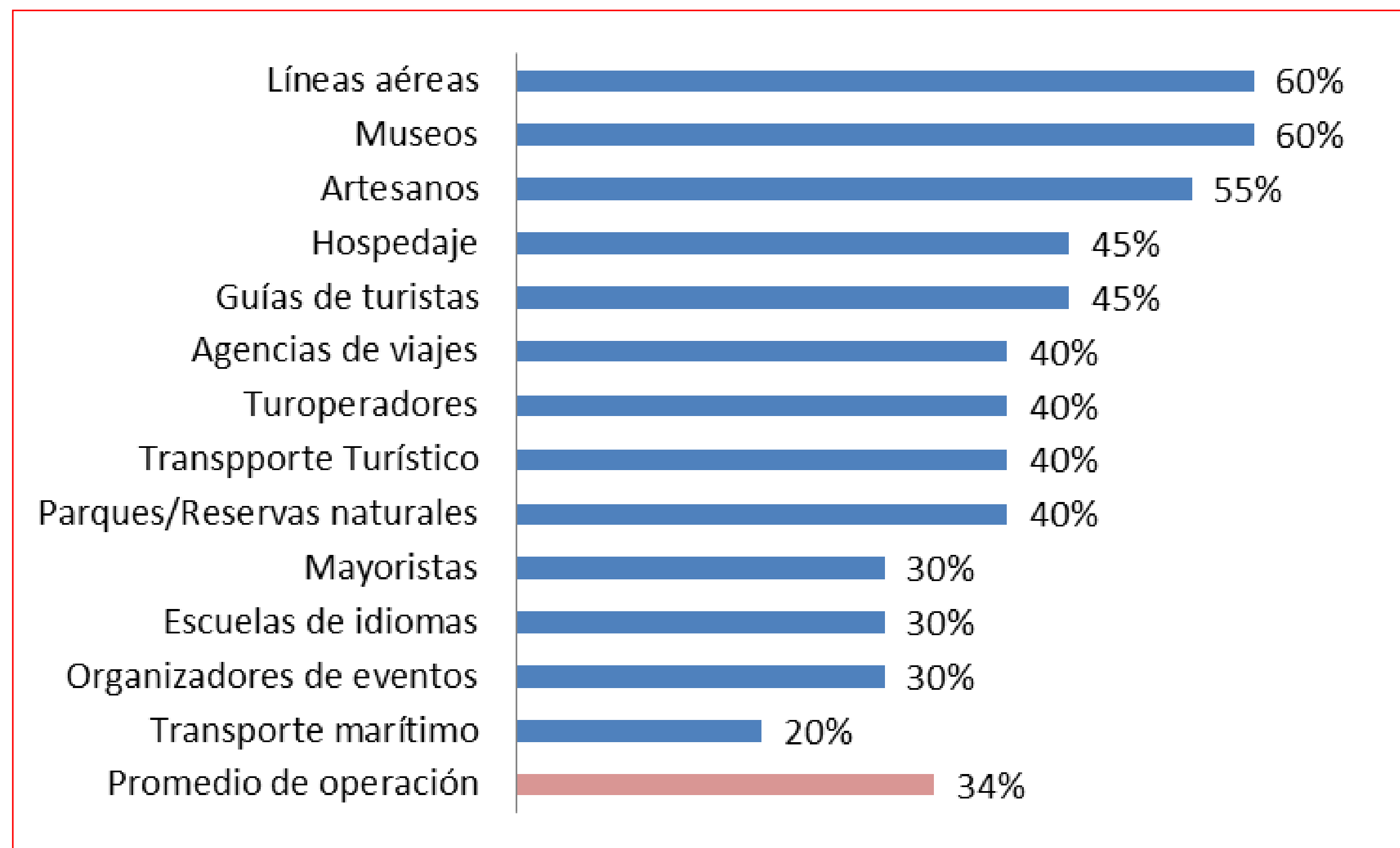
11% empresas cadena industria turística

permanecieron abiertas

# Indicadores de sector turístico empresarial



## POR TIPO DE INDUSTRIA



| Año 2019 | Directos | Indirectos | Total   |
|----------|----------|------------|---------|
|          | 177,600  | 460,000    | 638,000 |

# Movimiento de Líneas Aéreas en Guatemala

## Movimiento en Líneas Aéreas en Guatemala

|                 | Año  | Demanda | Capacidad de operación | Ingresos proyectados |
|-----------------|------|---------|------------------------|----------------------|
| para toda Latam | 2020 | -64%    | -60%                   | US\$ -5 mil millones |

\*Fuente IATA

| Guatemala                  | Año  | Promedio de vuelos diarios | Ocupación |
|----------------------------|------|----------------------------|-----------|
| Antes de Pcovid y/o cierre | 2019 | 43                         | 80%       |
| Octubre                    | 2020 | 10                         | 40%       |
| Noviembre                  | 2020 | 10                         | 65%       |
| Diciembre                  | 2020 | 15                         | 55%       |
| Enero                      | 2021 | 20                         | 50%       |
| Febrero                    | 2021 | 18                         | 40%       |

Fuente: Departamento de Investigación de mercados

Los ingresos que se obtienen por el impuesto a líneas aéreas ha sido significativamente a la baja

# Proyecciones de Visitas Internacionales

|                                      | 2019      | 2020    | 2021         |              |
|--------------------------------------|-----------|---------|--------------|--------------|
|                                      |           |         | Proyección 1 | Proyección 2 |
| Total Visitantes Internacionales     | 2,559,599 | 593,990 | 198,079      | 998,423      |
| Total Divisas (en Millones de US \$) | \$ 1,249  | \$ 637  | \$ 129       | \$ 956       |

Fuente: Departamento de Investigación y Análisis del INGUAT

Datos aproximados, derivados de la crisis actual y el movimiento de octubre a diciembre.

*Proyección 1: Si se mantienen las condiciones de visitación de Oct-Dic. 2020*

*Proyección 2: Si para el segundo semestre mejoran las condiciones internacionales. (Vacunación)*

# Proyecciones de Visitas Nacionales

|                                      | 2020       | 2021         |              |
|--------------------------------------|------------|--------------|--------------|
|                                      |            | Proyección 1 | Proyección 2 |
| Viajes de Turismo interno            | 33,054,080 | 20,917,968   | 40,468,068   |
| Impacto económico (en Millones de Q) | Q 10,689   | Q 6,764      | Q 13,087     |

Fuente: Departamento de Investigación y Análisis del INGUAT

Datos aproximados, derivados de la crisis actual

*Mediante Big Data se ha logrado determinar el movimiento de visitantes a 16 destinos específicos, identificando mediante inteligencia artificial el entorno habitual para definir el Municipio de donde procede la visita y si es turista o excursionista.*



Instituto Guatemalteco de Turismo

# LÍNEAS DE ACCIÓN



# Principales líneas De acción



# 01

## MANTENIMIENTO DE CONDICIONES

01

Continuar con la entrega de Sellos de bioseguridad y sello Q

Aumentar los embajadores de los Sellos de Bioseguridad

02

03

Verificar la implementación de protocolos

Capacitación constante al sector.

04



# 02 ACERCAMIENTO A GRUPOS DE INTERÉS



# 03 PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

**Campaña permanente de promoción por departamentos**

**Campañas de acompañamiento de las diferentes actividades (bicentenario, códigos QR, Guate, VISA, Recorriendo Guate)**

**Campañas estacionales (Semana Santa, medio año, fin de año)**

**Ferias nacionales e internacionales**

# 04 IMPULSO A LA COMERCIALIZACIÓN

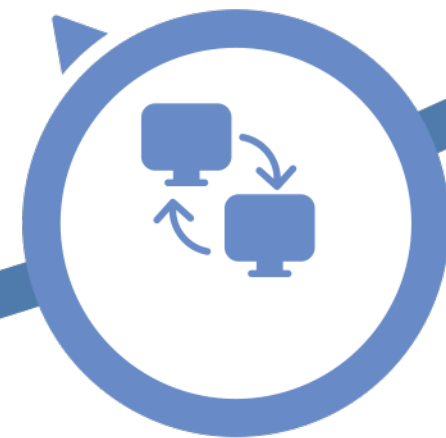
Promover y capacitar el uso de cobros electrónicos (Reactivación económica) y Alianzas Estratégicas



Giras de familiarización y prensa



Paquetes turísticos Recorriendo Guate



Ruedas de negocios



Red de Consejeros Comerciales



Festivales de reactivación turística en el marco del Bicentenario

Webinars, capacitaciones y presentaciones de destino





Instituto Guatemalteco de Turismo

# LÍNEA DEL TIEMPO 2021



# Nuestras fechas anuales relevantes

**ABRIL**

Verano/Semana Santa

**JUNIO, JULIO**

Vacaciones medio año

**AGOSTO**

Fiestas agostinas

**NOVIEMBRE, DICIEMBRE**

Vacaciones fin de año

**PROGRAMA SELLOS DE BIOSEGURIDAD**

Días festivos y feriados largos

**BICENTENARIO FEBRERO HASTA SEPTIEMBRE**

**RECORRIENDO GUATEMALA**



Instituto Guatemalteco de Turismo

# MEJORES PRÁCTICAS

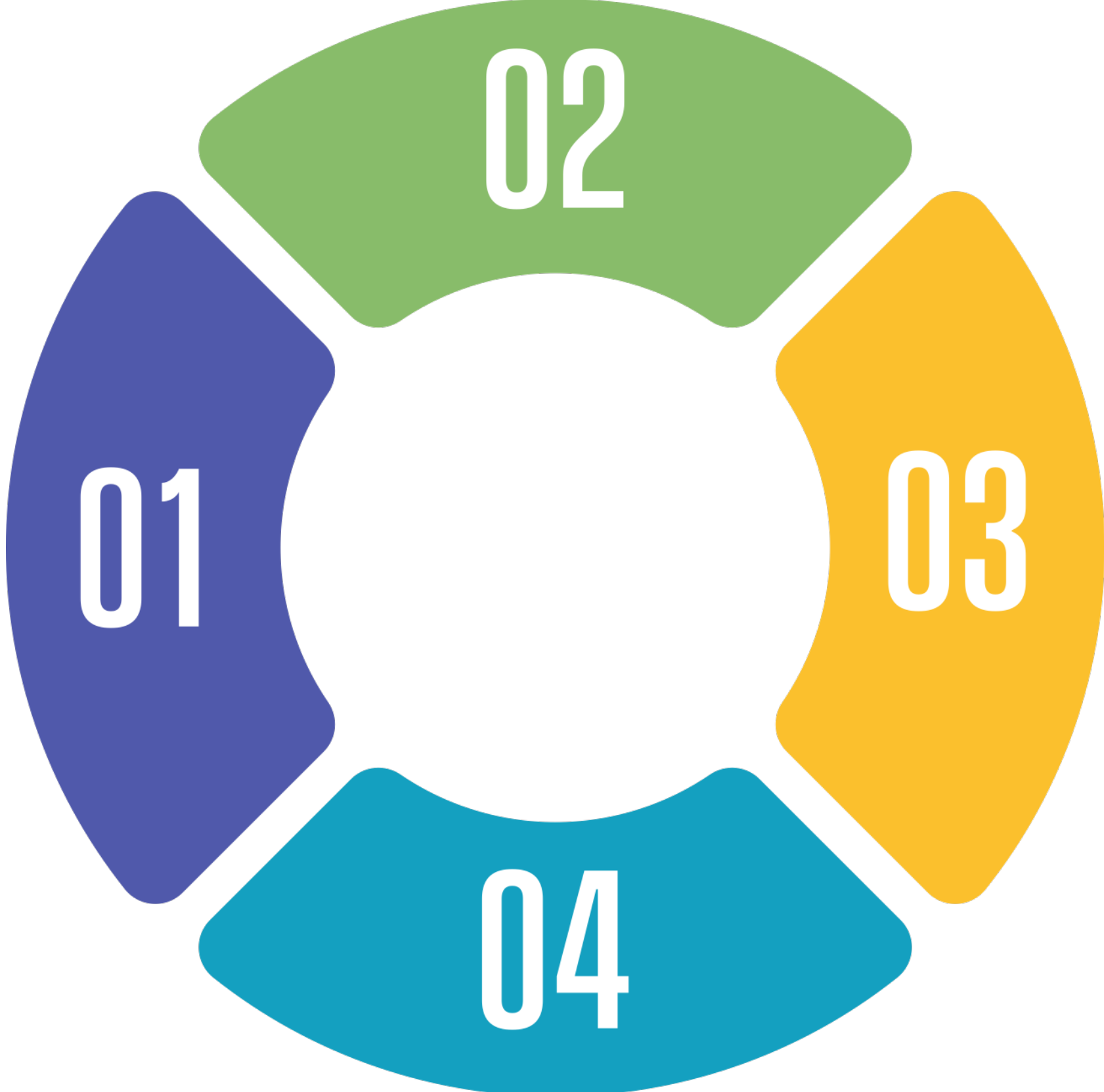


# Mejores prácticas



**Sello de Bioseguridad**

**Safe Travels**



**Experiencias Seguras**

**Restablecer confianza del Viajero**



Instituto Guatemalteco de Turismo

# PREGUNTAS Y RESPUESTAS

