

El mercado de turismo en Guatemala

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Ciudad de Guatemala

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

18 de noviembre de 2022
Ciudad de Guatemala

Este estudio ha sido realizado por
Carlota González Alonso

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Ciudad de Guatemala

<http://Guatemala.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8

Guatemala es un país con una población de 11,8 millones en edad de trabajar y un PIB de US\$ 85.700 millones en el 2021. En este mismo año, el turismo aportó US\$3.295,80 millones al PIB total. Aproximadamente un - 30,52 % que antes de la pandemia por COVID-19 donde se alcanzaba el pico en la llegada de turistas, 2,6 millones.

El turismo está en la cuarta posición como fuente de ingresos de divisas al país. El principal concepto por el cual ingresan divisas al país son las remesas familiares, seguido por la Inversión Extranjera Directa y las exportaciones.

En el año 2022 ha entrado en vigor el Decreto 46-2022 del Congreso de la República que contiene la Ley de Fomento de Inversión de Capital Extranjero. Con esta legislación, el Gobierno de Guatemala busca que los inversores extranjeros gocen de algunos incentivos y con ello, el país sea atractivo para la llegada de nuevas empresas.

Se espera llegar a fin de año con un total de US\$ 2.000 millones en inversión extranjera directa, sobrepasando los US\$1.500 millones previstos para el ejercicio.

Guatemala posee recursos suficientes para posicionarse como referente en muchos de los segmentos turísticos. Combinando su cultura ancestral con otros aspectos como la naturaleza, aventura, gastronomía o arte, es capaz de ofrecer a sus visitantes un abanico de opciones único y diferenciador a otras regiones.

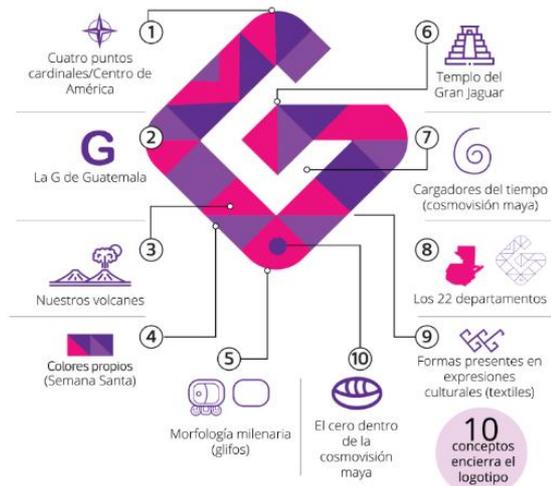
Todos estos recursos disponen de un gran potencial que, en muchos casos, aún no están explotados. Además, cuenta con una enorme proyección de crecimiento, solo un 2 % de su superficie está urbanizada.

Según expertos, la pandemia y el incremento de la nueva demanda por destinos con naturaleza harán que muchos inversores pongan el foco en América Latina y el Caribe.

Guatemala con una recién estrenada Marca País **“Guatemala Asombrosa e imparable”** trabajará para posicionarse en 15 países prioritarios: Estados Unidos, México, España, Corea del Sur, Colombia, El Salvador, Canadá, Honduras, República de China Taiwán, Francia, Italia, Gran Bretaña, Alemania, Países Bajos y Costa Rica.

Con esta Marca País Guatemala viajará como país socio en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) que se llevará a cabo en Madrid en enero 2023.

LOGO MARCA PAÍS GUATEMALA



Fuente: [Marca País - INGUAT](#)



El Instituto Guatemalteco de Turismo ha trabajado en estrategias que impulsen la promoción de diferentes segmentos como la Industria de reuniones, los cruceros, destino de bodas y lunas de miel, aventura, naturaleza, salud y bienestar, voluntariado y deportes.

En el segmento cultural Guatemala es reconocida a nivel mundial por su gran riqueza cultural. Uno de los principales retos en el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala es posicionar al país como destino cultural y Corazón del Mundo Maya, su competencia directa en este segmento son México, Perú, Bolivia y Ecuador.

Guatemala es un país multiétnico, multilingüe y pluricultural. La cultura maya es la más amplia y la más conocida dentro del país, representación de esto son las grandes ruinas mayas del Parque nacional Tikal y Yaxhá, entre otros. También están presentes en el país la cultura Xinca y la etnia garífuna.

Demanda turística en Guatemala

La estructura de vía de ingreso de los visitantes no residentes a Guatemala es el 53 % por vía aérea, siendo el aeropuerto internacional La Aurora el principal y el 46 % por vía terrestre, siendo las fronteras principales Valle Nuevo y Pedro de Alvarado, ambas con El Salvador.

Aproximadamente el 50 % del turismo que recibe Guatemala es de Centroamérica y es el país vecino, El Salvador, el principal emisor. En segundo lugar, está el mercado norteamericano que en 2021 tuvo una tasa de participación del 40 %.

Según datos del Instituto Guatemalteco de Turismo, el perfil del visitante internacional es en mayoría masculino. La franja de edad de los visitantes suele estar entre los 26 y 45 años y el 56 % sin importar el motivo por el que visitan Guatemala lo hace solo, frente al 35 % que lo hace en familia.

Infraestructura e Inseguridad ciudadana

Guatemala tiene un reto en el fortalecimiento de su infraestructura. La inversión pública en los últimos años ha sido una de las más bajas de América Latina, no superando el 1 % del PIB.

Como indica el informe Mundial de Competitividad Turística, la infraestructura inadecuada de Guatemala es uno de los obstáculos más importantes para llevar a cabo actividades comerciales y turísticas en el país.

Es importante la mejora en su infraestructura para acercar algunos de los destinos turísticos ya que, en la actualidad, el mal estado de las carreteras hace que se invierta demasiado tiempo en trayectos donde no existe demasiada distancia.

También es importante la mejora de la seguridad ciudadana. Aunque los datos de los últimos años hayan sido mejores, la tasa de homicidios se ha reducido en más de 14 puntos del año 2012 al 2019, los indicadores siguen mostrando a una Guatemala violenta.



Capital humano y desprotección de los entornos turísticos

En Guatemala aproximadamente el 20 % de la población no tiene ningún nivel de escolaridad y sólo el 4,5 % alcanza un nivel de licenciatura. Esto influye en la formación turística donde aún queda mucho por hacer, especialmente en áreas con menor afluencia donde no existe un perfil turístico preparado para atender a los visitantes.

Tampoco existe una cultura de protección de los entornos turísticos. Entre los principales problemas está la deforestación, la contaminación de aguas y la falta de gestión de residuos urbanos e industriales.

La política de reciclaje y de limpieza de espacios públicos es escasa en parte del país, sobre todo en las áreas rurales, donde es común encontrar residuos en los arcenes de las carreteras y zonas urbanas. Lo mismo ocurre en las travesías turísticas más transitadas, donde suele haber ausencia de papeleras o contenedores de basura.

Barreras culturales y sociodemográficas

Guatemala tiene una población de 17,3 millones de habitantes, de los cuales el 42 % pertenecen a los 22 pueblos Mayas, además de los pueblos Garífuna, Xinca y Creole o afrodescendiente.

En algunas comunidades la llegada de turistas internacionales es vista como una amenaza, consideran que se pone en riesgo su entorno medioambiental y tradiciones, por lo que no comparten el modelo de desarrollo que se les propone.

En muchos casos las comunidades han sabido ver las posibilidades de desarrollo económico, sacando provecho de sus particularidades culturales (artesanías, ritos, tradiciones, etc.) como es el caso de Chichicastenango, Panajachel y las comunidades en torno a Tikal en Petén.

En resumen, tanto los agentes públicos como la parte privada del sector turístico en Guatemala tienen muy identificadas las fortalezas y las debilidades que presenta el país. Se enfrentan a ello con una hoja de ruta que hace prever un horizonte positivo en los próximos años. Este futuro optimista se refleja en la confianza y en la cantidad de recursos depositados en la nueva Marca País y en las estrategias en torno a ella.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

