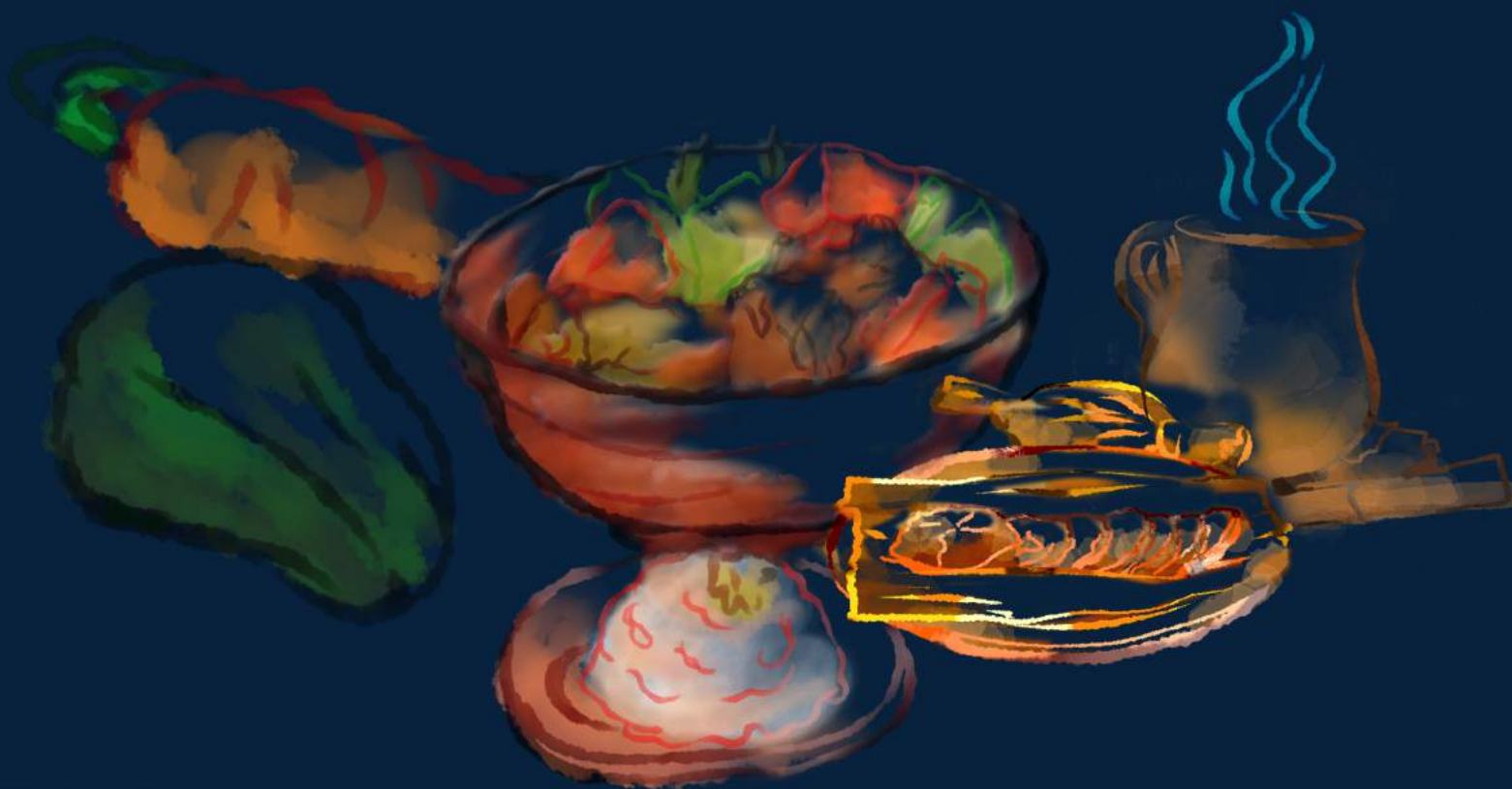




# ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO GASTRONÓMICO DE GUATEMALA

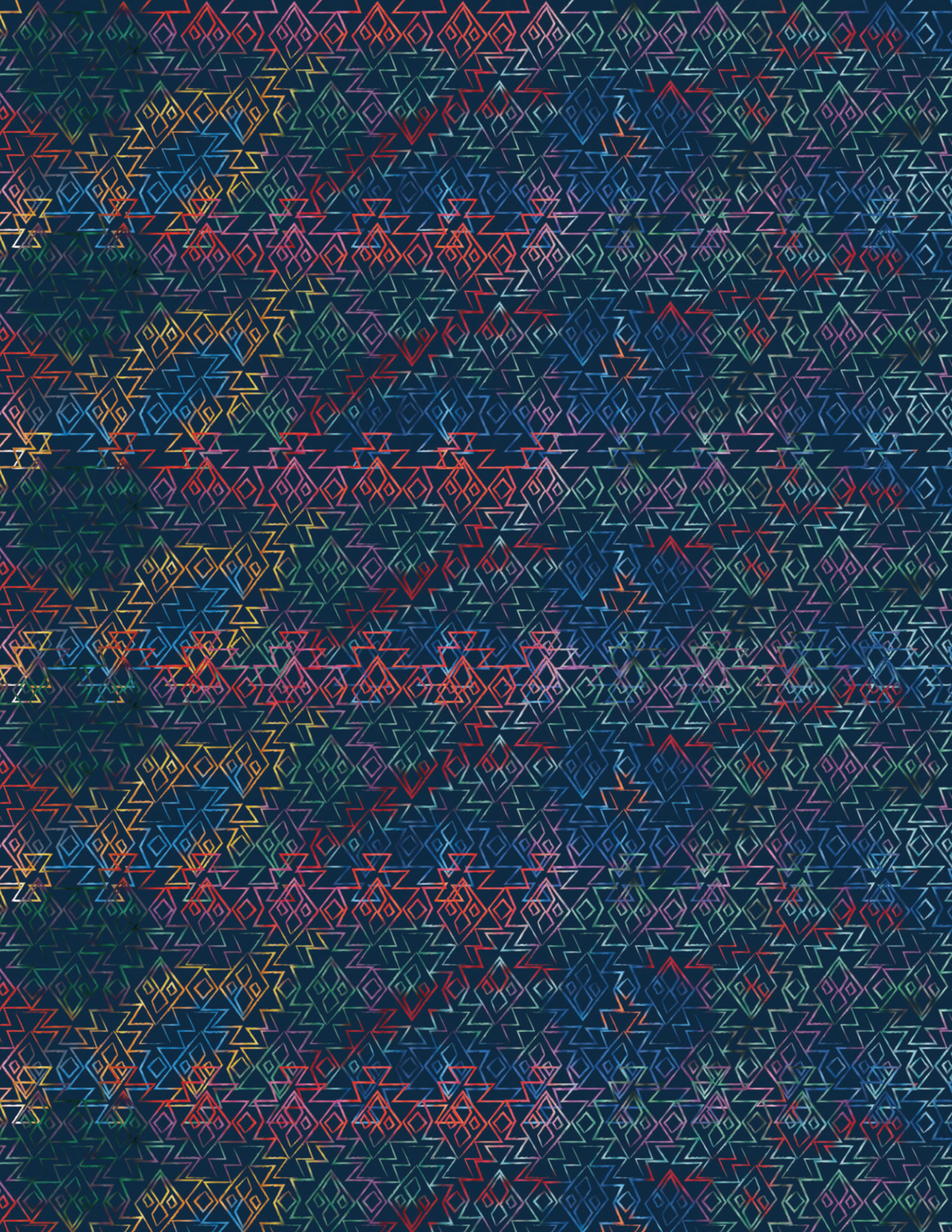
Un compromiso de nación para  
el desarrollo competitivo

2019-2025



PRIMERA EDICIÓN









# ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO GASTRONÓMICO DE GUATEMALA

Un compromiso de nación para  
el desarrollo competitivo

2019-2025



PRIMERA EDICIÓN



# Mensaje del Secretario General de la OMT



Madrid, 6 de diciembre de 2019

Guatemala, un país megadiverso, cuenta con una variedad de ingredientes utilizados en la preparación de diversos platillos, producto de la fusión de la gastronomía de origen Maya y española, y más recientemente la comida caribeña, lo que convierte al país en un destino con potencial para el turismo gastronómico.

Desde la formulación del Plan Maestro de Turismo Sostenible para Guatemala 2015-2025, se decidió realizar una estrategia con pertinencia cultural para desarrollar y poner en valor la gastronomía guatemalteca, que permita exponer el potencial del país en este ámbito.

En virtud de lo anterior, a través de profesionales del INGUAT se formula La Estrategia Nacional de Turismo Gastronómico, con el consenso de 300 actores de las 7 regiones turísticas del país, que integran la cadena de valor de este segmento.

El principal objetivo de la Estrategia es: "posicionar a Guatemala como destino gastronómico a nivel internacional, poniendo en valor el producto para atender los requerimientos de la demanda en las distintas regiones del país", así como impulsar el fortalecimiento y diversificación de la oferta turística para el segmento de turismo gastronómico a través de la aplicación de buenas prácticas socio culturales, ambientales y económicas empresariales.

Desde la Dirección General de INGUAT, a cargo del Lic. MBA Jorge Mario Chajón Aguilar (2016 - 2019), se ha dado impulso a la gastronomía nacional, apoyando a los actores de la cadena de valor, a través de diversos festivales, tours gastronómicos y con la difusión internacional de Guatemala. Gracias a la decidida voluntad de las autoridades actuales de INGUAT, se realiza este esfuerzo con el consenso de los actores.

Al considerar la importancia e interés que el turismo gastronómico ha desarrollado en el sector de viajes y turismo como una ventaja competitiva y elemento fundamental para la puesta en valor del patrimonio cultural de un país y teniendo en cuenta el decidido impulso de la OMT para el fortalecimiento de dicho segmento turístico, extiendo mis felicitaciones por el esfuerzo y logro alcanzado.

Exhorto a los guatemaltecos a continuar aunando esfuerzos, que trasciendan a través del tiempo y permitan el fortalecimiento del sector turístico en el país además del posicionamiento de Guatemala a nivel internacional como un destino gastronómico de primer orden.

Aprovecho la ocasión para expresar un fraterno saludo y muestras de consideración y estima.

Zurab Pololikashvili

Secretario General  
Organización Mundial de Turismo





# Prefacio



Este documento lo consideramos valioso, recopila de forma ordenada, la mejor información disponible y pretende exponer lo que Guatemala debe desarrollar del turismo gastronómico y arte culinario.

Un destino turístico se caracteriza por la oferta culinaria que ofrece, la forma de vivir de sus ciudadanos, la salud alimentaria y la posibilidad de alcanzar un desarrollo turístico en base a nuestra gastronomía. Aunque parece imposible desarrollar, esta guía de futuro indica el cómo llevarlo a cabo.

Es indiscutible los beneficios que el turismo gastronómico trae a un destino turístico en particular, de los más importantes mencionaremos tres de ellos: 1) desarrollo de la cultura gastronómica de un destino turístico, 2) el visitante extiende y cimenta su estadía derivado del descubrir gastronómico y 3) se mejora considerablemente los temas de calidad, higiene como los controles sanitarios de los alimentos.

¿Y cómo llegar a determinar que la gastronomía es una alternativa y valor agregado al desarrollo turístico de un país? La alimentación es un componente básico para el desarrollo del producto turístico de un destino o de un país.

El INGUAT después de 27 años de trabajar en este objetivo, ha llevado a cabo acciones para lograrlo: festivales gastronómicos, feria alimentaria, competencias culinarias, apoyo a la formación de cocineros y chefs a través de centros de formación y academias culinarias, se ha trabajado con municipalidades que han dado resultados y poner a punto el decidir que Guatemala se desarrolla como un destino mundialmente reconocido por su gastronomía.

A Guatemala arriban turistas para conocer la diversidad de su gastronomía, las rutas de este segmento turístico se desarrollan y son fuente de empleo y de emprendimientos. Tenemos chefs que proyectan la gastronomía a nivel mundial y varios de ellos han establecido restaurantes con comida guatemalteca que son todo un éxito. Los mercados locales y municipales se han convertido en centros de degustación altamente higiénicos de la cocina local en las regiones turísticas del país. La formación de chefs y cocineros se orienta a desarrollar una culinaria de vanguardia, los egresados forman empresas revolucionarias en gastronomía que son reconocidas internacionalmente por ser las mejores en el desarrollo de tendencias. Muchos turistas vienen a estudiar arte culinario, una nueva oferta innovadora y científica de la cocina ancestral maya y de los ingredientes y productos propios del país.

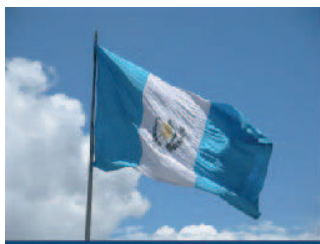
Arduo trabajo que hacer, unir fuerzas para llevar a cabo este sueño, es el reto donde recuperar nuestras tradiciones, raíces, platos e ingredientes locales; así se construye la diversidad de nuestra gastronomía, así como tenemos una gran diversidad natural, así tenemos una gran diversidad gastronómica. Siempre habrá temas nuevos por descubrir. El mundo de la gastronomía es un mundo de oportunidades.

El objetivo de esta Estrategia, tanto como el de gran cantidad de actores que han dedicado su vida a la gastronomía sobre estos temas, será pues importante contribuir a modificar positivamente la gastronomía. Cuando no existe una Estrategia, no tenemos bases sólidas para determinar cómo llevarlo a cabo.

Lic. José Miguel Gaitán Dávila.







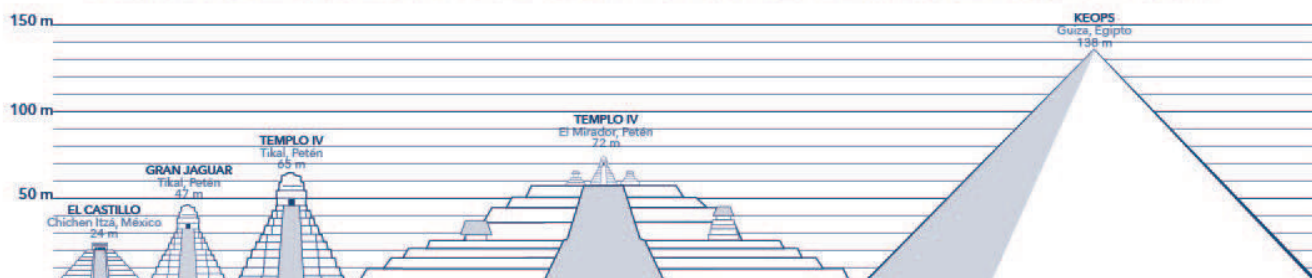
# República de Guatemala

Se origina de la lengua Náhuatl: Quauhtlemallan que significa  
"lugar donde hay muchos árboles"

|                                                                                                                                    |                                                                                                                   |                                                                                                           |                                                                           |                                                                                 |                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| <p>Extensión territorial</p> <p><b>108 889 km<sup>2</sup></b></p> <p>de los cuales el 30.65%<br/>está declarado área protegida</p> |                                                                                                                   | <p>País de la</p> <p><b>ETERNA PRIMAVERA</b></p> <p>temperatura promedio<br/>de 20 grados centígrados</p> |                                                                           |                                                                                 |                        |
| <p>+ de <b>360</b> microclimas</p>                                                                                                 |                                                                                                                   |                                                                                                           | <p><b>1</b> de los</p> <p><b>19</b> países</p> <p><b>MEGADIVERSOS</b></p> | <p><b>5</b> lagos</p>                                                           |                        |
|                                                                                                                                    | <p><b>37</b> volcanes<br/>de los<br/>cuales <b>4</b> están<br/>activos</p> <p>+ de <b>320</b> focos eruptivos</p> |                                                                                                           | <p>+ <b>320</b> áreas<br/>protegidas</p>                                  |                                                                                 |                        |
|                                                                                                                                    |                                                                                                                   |                                                                                                           |                                                                           |                                                                                 |                        |
| <b>AVES</b>                                                                                                                        | <b>FLORA</b>                                                                                                      | <b>REPTILES</b>                                                                                           | <b>ANFIBIOS</b>                                                           | <b>PECES</b>                                                                    | <b>MAMÍFEROS</b>       |
| <b>720</b><br>especies                                                                                                             | <b>10 317</b><br>especies                                                                                         | <b>245</b><br>especies                                                                                    | <b>147</b><br>especies                                                    | <b>1 033</b><br>especies                                                        | <b>244</b><br>especies |
| <p>+ de <b>3 500</b><br/>años de<br/><b>HISTORIA</b></p>                                                                           |                                                                                                                   | <p>+ de <b>3 000</b><br/>sitios<br/><b>ARQUEOLÓGICOS</b></p>                                              |                                                                           | <p><b>Cultura Maya<br/>viva</b></p> <p>+ del <b>50%</b><br/>de la población</p> |                        |

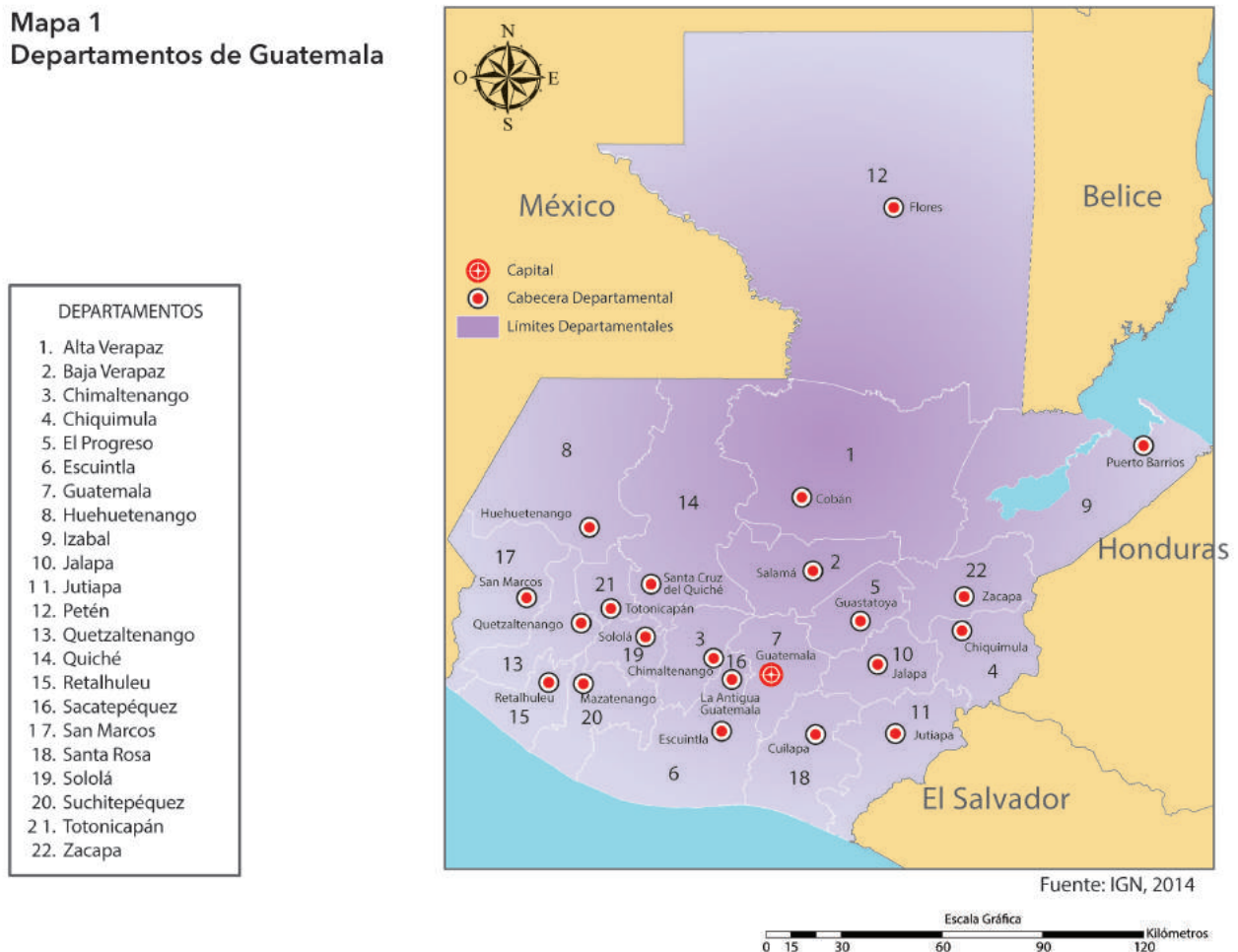
## Complejo Piramidal La Danta (72m de altura)

Parque Nacional Mirador-Río Azul posee un volumen mayor a las Pirámides de Egipto





**Mapa 1**  
**Departamentos de Guatemala**



|                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Idioma oficial</b><br><b>ESPAÑOL</b><br>Además se hablan 22 lenguas de origen MAYA, 1 XINCA y 1 GARÍFUNA                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>PIB</b><br><b>US\$78.5</b><br>mil millones                                                                                                                                                                                                                                    | <b>FUERZA LABORAL:</b><br>7.1 millones de personas, de las cuales<br>27.4% tiene una edad entre 15 y 24 años<br>y 72% entre 25 y 65 años                                                                                  |
| <b>Moneda</b><br><b>Quetzal</b>                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>+ 15</b><br>millones<br>de habitantes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>3 Patrimonios de la Humanidad -UNESCO-</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Nacional Tikal (Patrimonio Cultural y Natural)</li> <li>• La Antigua Guatemala</li> <li>• Parque Arqueológico Quirigua</li> </ul>                                                  | <b>3 Patrimonios Inmateriales -UNESCO-</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Lengua, la Danza y la música garífuna</li> <li>• La tradición del teatro Rabinal Achí</li> <li>• El Ceremonial La Paach</li> </ul> |
| <b>7 Biomas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selva tropical húmeda</li> <li>• Selva tropical lluviosa</li> <li>• Selva de montaña</li> <li>• Bosque de montaña</li> <li>• Chaparral espinoso</li> <li>• Selva sub-tropical húmeda</li> <li>• Sabana tropical húmeda</li> </ul> | <b>7 Humedales Ramsar</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Nacional Yaxha-Nakum-Narajo</li> <li>• Área de Protección especial Manchón Guamuchal</li> <li>• Refugio de Vida Silvestre Bocas del Polochic</li> <li>• Reservas de Uso Múltiple Río Sarstún</li> <li>• Refugio de vida Silvestre de Punta de Manabique</li> <li>• Parque Nacional Laguna Lachúa</li> <li>• Parque Nacional Laguna del Tigre</li> </ul> | <b>3 Reservas de BIÓSFERA</b><br>Reconocidas por <b>UNESCO</b> en el programa Hombre y la Biósfera <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reserva de Biósfera Maya</li> <li>• Reserva de Biósfera de Sierra de las Minas</li> <li>• Reserva de Trifinio Fraternidad</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                           |



# Regiones Turísticas



## POSICIÓN GEOGRÁFICA PRIVILEGIADA:

- Territorio relativamente pequeño
- Buena conectividad aérea
- Más de 260 vuelos semanales de Europa, Norte y Sur América

De acuerdo al *Doing Business* en el 2018 Guatemala subió 50 posiciones según el indicador de apertura de empresas.

GUATEMALA se posicionó en el primer lugar en la categoría "Mejor ciudad para hacer negocios de acuerdo a la efectividad de costos" en el ranking *fDi American Cities of the Future 2019-2020*.

## Productos Especializados



Gastronomía: En el 2009 Guatemala obtuvo el **Récord Guinness** al buffet más largo del mundo, el cual contó con 1,158 platos individuales.

## CAPACIDAD en INFRAESTRUCTURA

- Aproximadamente con 3 000 habitaciones 5 y 4 estrellas en Ciudad de Guatemala
- Más de 9 000 butacas en 9 teatros en la Ciudad de Guatemala
- 46,000 m² en espacios para eventos en la Ciudad de Guatemala y más de 25 000 m² en diferentes ciudades en el interior como La Antigua Guatemala, Flores, Panajachel, Retalhuleu y Quetzaltenango

# Proceso de construcción



**11 talleres**  
**300 personas**  
**de las 7 regiones turísticas**

## Resultado final





# Productos Mesoamericanos

Cacao, maíz, cardamomo, café, banano, tomate, pimienta gorda, chicle, vainilla, tabaco, miel, ramón, frijol, hongos silvestres comestibles, loroco, variedad de chiles, sal negra, pepitoria, calabaza, güisquil, apasote, camote, mandioca, miltomate, chía, manía, piñón, ejote, zompopo de mayo, pez blanco, entre otros.



## El inicio de la agricultura en Mesoamérica

tiene una antigüedad de 7 mil años, el cultivo de maíz 5,250 años.

## Los escribanos mayas ancestrales

dejaron un registro arqueológico de increíble riqueza para interpretar su conocimiento sobre los alimentos.

## Dios del Maíz

Los mayas decoraron vasijas con inscripciones que dejan indicios de su uso:

Glifo: Yuk' ib uch' ab, vasija para beber

Glifo: lak o hawte, vasija para servir comida

## Cacao y atoles

Se ha identificado el consumo de cacao y atoles como parte fundamental de los banquetes de la realeza maya durante el Periodo Clásico.

## Hábitos culinarios

La principal fuente de información iconográfica relacionada con los hábitos culinarios son las imágenes pintadas en sus vasijas policromadas del periodo Clásico Tardío, proveniente de Petén y las Verapaces.

## La vainilla

es la única orquídea alimenticia ubicada en la cocina prehispánica de Guatemala, como ingrediente para la preparación de bebidas, especialmente el chocolate.

## Influencia culinaria

El descubrimiento de América a finales del siglo XV cambió la historia culinaria del mundo para siempre, debido a la influencia culinaria del maíz, el tomate, el chile, la vainilla y el cacao.

## Hongos comestibles

En Guatemala existen 10 especies de hongos comestibles, entre los más importantes están: el hongo de San Juan, el anacate y la oreja de palo.

## La triada

La combinación del maíz, frijol y ayote (conocido como la triada) fue la base alimentaria de Mesoamérica.

## El Maíz:

- Elemento central de la cosmovisión maya
- Símbolo de la creación
- Pilar de la religión maya

## El tamal

es el alimento más antiguo y común de tiempos prehispánicos.





# Productos guatemaltecos



## PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE DE LA NACIÓN

- Jocón de carne de gallina
- El Kaq'ik
- El Pepián y
- Plátanos en Mole
- Proceso de preparación del pinol y el fiambre
- Ceremonia de La Paach

## PRINCIPALES PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Guatemala cuenta con 360 microclimas que permiten la exportación de una amplia gama de productos de naturaleza agrícola como: café, azúcar, banano, cardamomo, frutas frescas, arvejas, vegetales, flores, plantas ornamentales, follajes, cítricos y berries (moras).

Guatemala es un país líder en la producción y suministro de frutas.

## PRODUCTOS SOBRESALIENTES

Rones añejos, café y cardamomo. Guatemala es el principal país exportador de cardamomo a nivel mundial. Sus principales zonas de cultivos son: Alta Verapaz, Quiché, Huehuetenango e Izabal.

## PRODUCTOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Ron Zacapa Centenario y Rones Añejos Botrán. Guatemala cuenta con 8 regiones cafetaleras, dos de ellas con denominación de origen, entre ellos Café de Antigua Guatemala y Café de Acatenango.

## Contribuciones internacionales:

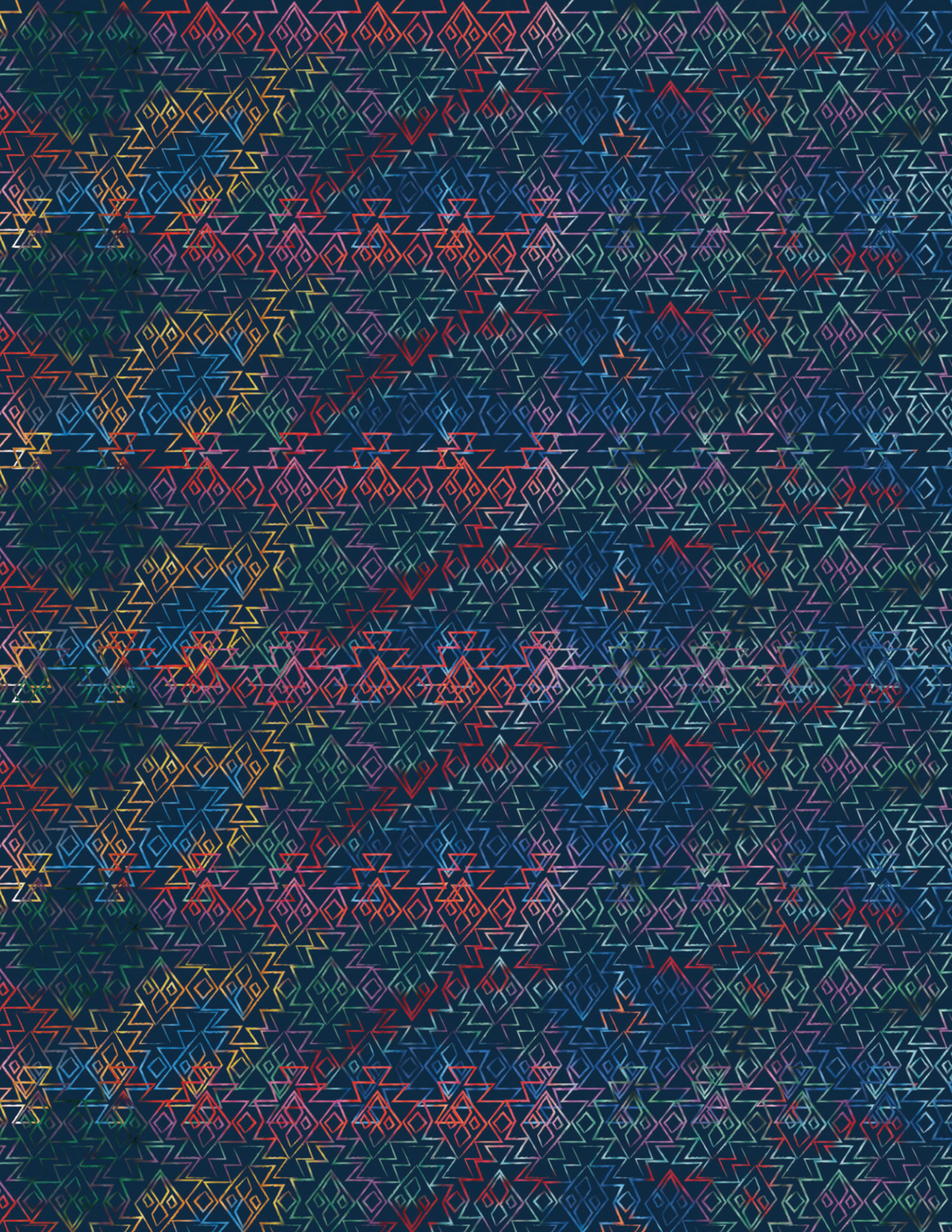
Incaparina, suplemento nutricional, que ha contribuido a mitigar el hambre y la desnutrición en varios países, creada por Dr. Ricardo Bressani.

Café soluble, el Dr. Federico Lehnhoff Wyld, desarrolló el procedimiento para el café instantáneo en conjunto con Eduardo T. Cabarrus.

La Cajita Feliz de McDonald's (Happy Meal).

Fuentes: guatemalabeyondexpectations.com, DIPLAN-MAGA, Comité de Arveja, Anacafé, Funcafé, Guatemalan Coffees.







# Índice



|                                                              |          |
|--------------------------------------------------------------|----------|
| Introducción                                                 | Pág. 1   |
| Metodología                                                  | Pág. 3   |
| Normativa                                                    | Pág. 7   |
| Marco estratégico                                            | Pág. 8   |
| Visión                                                       | Pág. 8   |
| Objetivos estratégicos                                       | Pág. 8   |
| Objetivo general                                             | Pág. 8   |
| Objetivos específicos                                        | Pág. 8   |
| COMPONENTE 1: FORTALECIMIENTO DE LA COORDINACIÓN             | Pág. 9   |
| 1 - Marco Institucional                                      | Pág. 11  |
| 2 - Sistema de información turística                         | Pág. 15  |
| 3 - Instancias nacionales e internacionales                  | Pág. 19  |
| COMPONENTE 2: FORTALECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA | Pág. 23  |
| 4 - Desarrollo Turístico Sostenible                          | Pág. 25  |
| 5 - Consolidación y diversificación de la oferta turística   | Pág. 37  |
| COMPONENTE 3: DESARROLLO EMPRESARIAL                         | Pág. 47  |
| 6 - Competitividad turística                                 | Pág. 49  |
| COMPONENTE 4: POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN PAÍS              | Pág. 61  |
| 7 - Mercadeo turístico                                       | Pág. 63  |
| 8 - Programa Nacional de Seguridad Turística                 | Pág. 75  |
| Evaluación y seguimiento de la estrategia                    | Pág. 79  |
| Fichas de actividades y proyectos                            | Pág. 83  |
| FODA (Consolidado)                                           | Pág. 123 |
| Glosario                                                     | Pág. 128 |
| Siglas y acrónimos                                           | Pág. 130 |
| Referencias bibliográficas                                   | Pág. 131 |
| Índice analítico                                             | Pág. 132 |
| Índice de gráficas y tablas                                  | Pág. 133 |
| Entidades participantes                                      | Pág. 134 |
| Créditos                                                     | Pág. 135 |
| Anexo I                                                      | Pág. 136 |
| Anexo II                                                     | Pág. 138 |

Foto: INGUAT







# Introducción

En el año 2018, el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- registró el ingreso al país de 2,113,270 visitantes no residentes, los cuales tuvieron un gasto promedio diario de US\$ 80.56. En la encuesta del gasto de ese mismo año elaborada por el INGUAT, se determinó que los visitantes no residentes ingresan al país según segmento turístico.

**Tabla 1**  
**Llegadas de visitantes no residentes según**  
**segmento. Período 2018**

| Segmento                                    | Visitantes año 2018 |            |
|---------------------------------------------|---------------------|------------|
|                                             | Cantidad            | Porcentaje |
| Turismo de cultura                          | 1,778,730           | 74         |
| Turismo de entretenimiento                  | 1,261,292           | 52         |
| Turismo de naturaleza                       | 1,095,028           | 46         |
| Turismo de reuniones /MICE                  | 315,308             | 13         |
| Turismo de aventura                         | 524,207             | 22         |
| Turismo de cruceros                         | 150,392             | 6          |
| Turismo de deportes                         | 85,448              | 4          |
| Turismo de salud y bienestar                | 61,221              | 3          |
| Turismo de voluntariado                     | 32,422              | 1          |
| Turismo idiomático                          | 11,995              | 0          |
| Turismo de bodas de destino y Lunas de miel | 17,755              | 1          |

Fuente: Encuesta de Gasto, INGUAT 2018. Respuestas múltiples, puesto que los visitantes participan en más de una actividad durante su visita a Guatemala.

Como puede observarse en la tabla No.1, el segmento con mayor número de visitantes en Guatemala es el cultural, seguido por el de entretenimiento y de naturaleza. El turismo gastronómico aunque conceptualmente está contenido dentro del segmento cultural, es una actividad transversal que está presente en todos los segmentos turísticos descritos, es decir, que el visitante en cualquier momento participa en alguna actividad turística y decide degustar de la cocina guatemalteca.

Guatemala es un país megadiverso, pluricultural, multiétnico y multilingüe, con gran riqueza cultural, condiciones que hacen una gastronomía sin igual; la cual inicialmente se veía como complemento de la oferta turística y con el tiempo, ha tomado tanto auge que en algunos destinos turísticos puede considerarse como el principal motivo de visita.

Según refiere la Organización Mundial del Turismo -OMT-, el turista hoy en día, cuenta con más práctica, renta disponible y tiempo libre, viaja buscando





Foto: Pablo Méndez Garzona. Bebida ancestral.

experiencias, ámbito en que la gastronomía está desempeñando un papel cada vez más importante. Además, un estilo de vida sofisticado, asociado a la buena vida y al bienestar económico de un consumo exclusivo de alta calidad de productos locales.

Se determinó que no existen antecedentes sobre iniciativas de formulación de estrategias de turismo gastronómico en el país. Por lo que se espera que con el presente instrumento se desarrolle este segmento con la celeridad y orientación debida. Para el efecto, el INGUAT como entidad rectora de la actividad turística en el país, lideró la formulación de la Estrategia cuyo objetivo general es posicionar a Guatemala como destino de turismo gastronómico a nivel internacional, poniendo en valor el producto para atender los requerimientos de la demanda en las distintas regiones del país.

En la presente Estrategia, cuando se refiere a *gastronomía guatemalteca* incluye a la gastronomía

tradicional y a la no tradicional. Cuando se mencione a una de las dos en particular, se procederá a hacerlo específicamente. La no tradicional, contiene todo aquello que no esté incluido en la primera, procurando tomar en cuenta todas las opciones de alimentos que se sirven en el territorio nacional.

Según expertos consultados por la Organización Mundial del Turismo -OMT- este segmento se revela como uno de los más creativos y dinámicos. *“El Turismo Gastronómico, se define como turistas y visitantes que planean sus viajes con el fin de probar la cocina del lugar o para realizar actividades relacionadas con la gastronomía”.* (OMT, 2019).

La profundidad en la formulación de esta Estrategia permite conocer la situación actual del segmento gastronómico y sus posibilidades de desarrollo en las distintas regiones turísticas del país bajo los Criterios Globales de Sostenibilidad que abarcan aspectos de tipo social, económico y ambiental.



# Metodología

La Estrategia Nacional de Turismo Gastronómico fue formulada por personal profesional del INGUAT con la participación y apoyo de los principales actores tanto de la oferta, como del turismo gastronómico en Guatemala, en el marco del Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025 -PMTS-, alineada a sus ejes estratégicos, programas, objetivos específicos y líneas de acción.

Según la Organización Mundial del Turismo y la *Basque Culinary Center* en la Guía para el Desarrollo del Turismo Gastronómico, se deben considerar

las siguientes fases: a) Análisis y diagnóstico de la situación actual, b) Formulación estratégica del plan, c) Planificación operativa y d) Etapa de comunicación y difusión del plan. (OMT, 2019). De esa cuenta, la presente Estrategia está estructurada de la siguiente manera: Diagnóstico, Marco Estratégico y Plan de acción.

La metodología utilizada en su formulación se caracteriza por ser estratégica y participativa, para lo cual se efectuó una exhaustiva revisión documental, empleando técnicas de investigación cualitativa y



Foto: María Isabel Molina, Flambre





Foto: INGUAT, Tapado.

cuantitativa de lo publicado sobre el tema en los últimos años, por lo que en el documento se citan referencias bibliográficas de autores sobresalientes que han investigado y escrito sobre la gastronomía maya, xinca, garífuna, ladina y demás fusiones que se han dado con el tiempo.

En la primera fase, desde el punto de vista interno se consideró: a) el contexto territorial del producto turístico gastronómico, b) inventario y evaluación de los recursos gastronómicos, c) análisis de la oferta turística y su componente gastronómico, d) análisis de la promoción y el marketing del turismo gastronómico, e) identificación de agentes que forman parte del modelo turístico gastronómico e identificación de los productos, f) enclaves y espacios de turismo gastronómico de especial valor o valor diferencial. En esta misma fase, desde el punto de vista externo se hizo un a) análisis de las tendencias, b) análisis de la demanda real y potencial del turismo gastronómico, c) análisis del posicionamiento gastronómico del destino y análisis de los competidores.

En el análisis de actores clave, se identificaron en los diferentes niveles de entidades de gobierno, sector privado y academia, a los que forman parte de la oferta actual que satisfacen la demanda del segmento turístico en el país, siendo estos: cocineras tradicionales, cocineros, chefs, y propietarios de restaurantes. Se incluyen dentro de los beneficiarios de esta actividad a los productores de alimentos representados por agricultores que proveen al mercado de granos, legumbres, frutas y verduras; granjeros y ganaderos que proveen carnes, huevos, lácteos y otros insumos que se utilizan en la cocina. Los procesadores de alimentos que elaboran sus productos transformando la materia prima que ofrecen los productores y los comercializadores de alimentos constituidos por los mercados, tiendas y supermercados, entre otros.

Se benefician de este segmento turístico los prestadores de servicios de transporte, hospedaje, operadores y guías de turismo, entre otros y en consecuencia, se benefician indirectamente los prestadores de servicios complementarios como propietarios y empleados de gasolineras, tiendas de conveniencia, agencias de bancos, entre otros.

También forman parte de los actores clave: la academia conformada por representantes de centros de educación media y superior con carreras en turismo y arte culinario, representantes de entidades del sector público integrado por la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -SEGEPLAN-, Instituto Técnico de Capacitación y Productividad -INTECAP-, Ministerio de Cultura y Deportes -MCD-, Ministerio de Economía -MINECO-, Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales -MARN-, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación -MAGA- y municipalidades.



Esta Estrategia se formuló para un periodo de seis años (2019-2025) con el propósito de crear una herramienta de planificación y gestión que mejore la oferta para el segmento de turismo gastronómico. Su cobertura geográfica es el territorio nacional, dividido en siete regiones turísticas y diez destinos turísticos priorizados en el PMTS. Aunque, también tiene incidencia en otros destinos del país, lo que permite aumentar su atractivo turístico y como consecuencia, visitas a corto, mediano y largo plazo.

Uno de los primeros pasos para la formulación de la Estrategia fue identificar el potencial de Guatemala como destino, así como la problemática a resolver. Luego del análisis de actores, se procedió con la siguiente etapa del proceso de formulación que consistió en realizar una investigación documental para el diagnóstico.

En el proceso de formulación el INGUAT realizó una serie de ocho talleres, uno en cada una de las regiones turísticas del país incluyendo la región central, con dos talleres. En estos talleres, se convocaron a actores claves del sector y personas con representatividad de grupos organizados alrededor del turismo gastronómico con el propósito de anunciar la intención de formular esta Estrategia y de elaborar un FODA con la participación de actores locales. A continuación, se llevaron a cabo tres talleres en la ciudad de Guatemala, en donde se invitó a actores del sector, representantes de las siete regiones turísticas, y se presentó el resultado del diagnóstico, organizando una dinámica para establecer los componentes del marco estratégico y del plan de acción.

Otra de las actividades dentro del marco de diagnóstico de la Estrategia fue la invitación de expertos nacionales e internacionales de reconocido prestigio que aportaron su conocimiento y

experiencia, además fueron sujetos a entrevistas semiestructuradas y a profundidad.

Con el plan de acción se desea resolver gran parte de los desafíos que se presentan para el desarrollo del segmento de turismo gastronómico y aprovechar el potencial que tiene Guatemala al respecto. Entre los múltiples temas que se abarcan están la preservación y salvaguarda de recetas de comidas y bebidas, así como de utensilios de cocina y técnicas culinarias que forman parte del patrimonio cultural; la integración oficial de grupos de interés y la creación de asociaciones de fabricantes de productos representativos.

El contexto para la profesionalización e incremento de competitividad del sector tecnológico y conocimiento para negocios de valor agregado, intercambio comercial justo entre productores y prestadores de servicios, internacionalización y desarrollo de mercados, mayor oferta de platillos y bebidas tradicionales en el menú de los establecimientos gastronómicos.

Para la formulación de la Estrategia el INGUAT contó con el apoyo de múltiples y variadas instituciones nacionales e internacionales, entre ellas la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, México; con quien se suscribió un convenio de cooperación técnica para la transferencia de capacidades y el intercambio de experiencias sobre este segmento, en donde se distingue por tener una riqueza cultural incalculable incluyendo los destinos y rutas gastronómicas.



Foto: INGUAT. Pepián.





El INGUAT asignó los recursos necesarios para la formulación de la Estrategia bajo el entendido que el financiamiento para su implementación es responsabilidad de todos los actores del segmento turístico del país, incluyendo entidades públicas, sector privado y sociedad civil organizada. Finalmente, en la ciudad capital, se realizó un acto en donde se presentó e hizo entrega final de dicho documento.

En el diagnóstico se lograron identificar fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas, seguidamente se orientaron las acciones para salvaguardar la gastronomía tradicional guatemalteca, innovar y crear platillos de acuerdo a las nuevas tendencias, así como elevar la calidad en el servicio y promocionar el segmento.

Como parte del diagnóstico de la Estrategia se elaboró un inventario de la gastronomía de las siete regiones turísticas del país. Se estableció la línea base e indicadores que permiten medir los avances de esta en su tiempo de vigencia.

Para comprender mejor la situación actual de este segmento se consideraron diferentes aspectos que se mencionan a continuación: a) la cocina tradicional requiere de mucho tiempo para su preparación. b) actualmente muy pocas personas tienen el conocimiento de ciertas recetas tradicionales. c) las costumbres en la cocina nacional han sufrido cambios debido a diferentes factores como: reducción del tamaño de la familia, ritmo acelerado de la vida diaria, equidad de género que ha traído como consecuencia otras oportunidades para la mujer en el ámbito laboral, disponibilidad de ingredientes, cambio climático, influencia de la publicidad de ciertos productos en los medios de comunicación social, entre otros.

En relación a la equidad de género, en los distintos talleres y actividades realizadas en el marco de la formulación de la presente Estrategia, se obtuvo la opinión de cocineras tradicionales quienes mencionaron que al exponer su trabajo al público y recibir reconocimiento de su participación en estas actividades, han aumentado las oportunidades de venta de sus productos y con ello, incrementado sus ingresos financieros, como consecuencia de su independencia económica y mejora de su autoestima.



# Normativa

Para formular la presente Estrategia Nacional de Turismo Gastronómico se utilizó la siguiente base normativa: Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, Política Nacional de Turismo Sostenible para la República de Guatemala 2012-2022, Política Nacional de Competitividad 2018-2032, Creación de los Comités Locales de Turismo, Creación de Comités de Autogestión Turística -CAT- Acuerdo 301-2004-D y su respectivo reglamento. Acuerdo 302-2004-D, Plan Maestro de Turismo Sostenible de la República de Guatemala 2015-2025, Política Sobre Actividades Turísticas en Áreas Protegidas, Política Nacional de Agroturismo y la Política Nacional de Ecoturismo, Plan Nacional de Desarrollo Kat'un Guatemala 2032, lanzado por la SEGEPLAN en el año 2014.

Asimismo, la Ley de Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente. Decreto 68-86 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Atención a las Personas con Discapacidad. Decreto No. 135-96 del Congreso de la República de Guatemala, Reglamento para la Inocuidad de los Alimentos. Acuerdo Gubernativo 969-99, Ley del Sistema Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional. Decreto No. 32-2005 del Congreso de la República, Certificación de Calidad "Sello Q". Acuerdo de Dirección del INGUAT, Ley de Sanidad Animal y Vegetal. Decreto No. 36-98 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Agricultura Familiar. Iniciativa de ley 4947 y Programa de Agricultura Familiar de la FAO.



Foto: INGUAT. Mujer torteando en Sanarate, El Progreso.



# Marco estratégico



## Visión

En el año 2026, Guatemala será reconocida como un destino de turismo gastronómico de primer orden a nivel de los mercados prioritarios, y en ese rubro habrá productos de exportación conocidos a nivel mundial.



## Ejes estratégicos

1. **Marco Institucional**
2. **Sistema de Información Turística**
3. **Instancias Nacionales y Regionales**
4. **Desarrollo Turístico Sostenible**
5. **Consolidación y Diversificación de la Oferta turística**
6. **Competitividad Turística**
7. **Mercadeo Turístico**
8. **Programa Nacional de Seguridad Turística**



## Objetivos estratégicos

### Objetivo general

Posicionar a Guatemala como destino de turismo gastronómico a nivel internacional poniendo en valor el producto para atender los requerimientos de la demanda en las distintas regiones del país.

## Objetivos específicos

- 1) Aumentar la incidencia de las instituciones públicas y privadas en el desarrollo de la oferta para el segmento de turismo gastronómico del país, a través de acciones coordinadas con el sector.
- 2) Potenciar las alianzas nacionales e internacionales para coadyuvar al logro de estrategias de desarrollo turístico del país, con énfasis en el segmento de turismo gastronómico.
- 3) Fomentar el desarrollo sostenible del turismo gastronómico, a través de la aplicación de buenas prácticas socio-culturales, ambientales y económico-empresariales, en base a los Criterios Globales de Turismo Sostenible.
- 4) Impulsar el fortalecimiento y diversificación de la oferta turística para el segmento de turismo gastronómico de acuerdo al ordenamiento del espacio turístico nacional establecido en el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025.
- 5) Mejorar la experiencia gastronómica del viajero a través del impulso de la competitividad e innovación de los destinos, atractivos y empresas, con servicios turísticos de calidad y capital humano capacitado con el marco normativo eficaz dentro del concepto de cadenas de valor.
- 6) Posicionar destinos y productos para el segmento turístico gastronómico bajo la marca país a nivel nacional e internacional que contribuya a la mejora de la imagen de Guatemala.
- 7) Fortalecer los mecanismos de prevención y asistencia al turista nacional y extranjero en rutas y destinos de turismo gastronómico.



# COMPONENTE 1: FORTALECIMIENTO DE LA COORDINACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO





## EJE 1: MARCO INSTITUCIONAL

| Indicador                                                                     | Medio de verificación             | Observaciones                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Persona contratada                                                            | Contrato                          | Apoyo a la Sección de Patrimonio Cultural del INGUAT. |
| Presupuesto asignado                                                          | Presupuesto asignado              |                                                       |
| Representante del segmento en mesa departamental                              | Número de mesas con representante |                                                       |
| Convenios suscritos entre INGUAT y universidades nacionales e internacionales | Cantidad de convenios suscritos   |                                                       |

## EJE 2: SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

| Indicador                                | Medio de verificación |
|------------------------------------------|-----------------------|
| Perfil del visitante del segmento.       | Documento             |
| Calendario de actividades gastronómicas. | Documento             |

## EJE 3: INSTANCIAS NACIONALES E INTERNACIONALES

| Indicador                                                    | Medio de verificación      |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------|
| Actividades del Cuerpo Diplomático en relación al segmento   | Informe del MINEX          |
| Membresía de la Red de Turismo Gastronómico de la OMT        | Membresía                  |
| Ventanas de promoción ante países de la OMT                  | Pautas promocionales       |
| Información recibida de otros países en relación al segmento | Documentos                 |
| Convenios suscritos                                          | Convenios                  |
| Intercambio de profesionales                                 | Informe sobre intercambios |











# Diagnóstico

## Fortalecimiento institucional

En los talleres que se llevaron a cabo en la etapa de diagnóstico, los participantes manifestaron la necesidad de crear mesas de turismo gastronómico en cada una de las siete regiones turísticas del país, integrar una comisión encargada de la evaluación, seguimiento y sociabilización de la Estrategia ante los actores involucrados para su conocimiento y aplicación, suscribir convenios con las Autoridades Nacionales de Turismo -ANT-, para el desarrollo de este segmento de turismo a nivel internacional.

Para poner en marcha la presente Estrategia es preciso consolidar las estructuras institucionales de los sectores público y privado relacionadas con el turismo, potenciar las alianzas nacionales e internacionales para liderar coordinada y eficazmente el segmento de turismo gastronómico y coadyuvar al logro de los objetivos de desarrollo del país.

Para la modernización y fortalecimiento institucional del sector turístico, se detectó la necesidad de acreditar a grupos organizados a nivel de las siete regiones turísticas del país que se hagan cargo de implementar la Estrategia y aprovechar las alianzas y membresías en organizaciones nacionales e internacionales que impulsen este segmento de turismo.

En la actualidad funciona la Mesa Nacional de Turismo Gastronómico, en seguimiento al Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025, la cual reúne a representantes de gobierno, empresarios y academia. Esta instancia es la representante del área central del país.

Con el propósito de integrar las mesas gastronómicas del resto de regiones turísticas, es necesario que el INGUAT realice la acreditación de las agrupaciones del sector que realizan actividades dentro de la cadena productiva del turismo gastronómico en el país. Cada grupo deberá estar conformado por representantes de los sectores público, privado y sociedad civil, su función es llevar a cabo la

implementación de la Estrategia así como su seguimiento y evaluación.

Con el ánimo de descentralizar la gestión turística, las mesas departamentales de turismo antes mencionadas serán en adelante las encargadas de coordinar todos los eventos relacionados que se realicen en sus localidades. Estas deben coordinar el desarrollo de eventos que abarquen más municipios, crear un modelo para dar seguimiento y evaluación a la Estrategia, con indicadores que permitan medir el avance de la misma y dar seguimiento al cumplimiento del presupuesto.

Las entidades de gobierno vinculadas con la implementación de la presente Estrategia deben dejar previsto dentro de su presupuesto los recursos financieros suficientes para cumplir con los compromisos asumidos. La iniciativa privada debe planificar la forma en que va a colaborar en la implementación.



Foto: INGUAT. Chancletas.



# Objetivo estratégico

Aumentar la incidencia de las instituciones públicas y privadas en el desarrollo de la oferta para el segmento de turismo gastronómico del país a través de acciones coordinadas con el sector.

## Plan de acción

**Tabla 2**  
**Fortalecimiento institucional**

| Proyectos / Actividades                                                                                     | AÑOS |      |      |      |      |      |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                             | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Fortalecimiento de la sección de Patrimonio Cultural del Departamento de Planeamiento Turístico del INGUAT. |      |      |      |      |      |      |      |

**Tabla 3**  
**Coordinación Interinstitucional**

| Proyectos / Actividades                                                                                                                                                                                                             | AÑOS |      |      |      |      |      |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                                                                                                     | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Integrar segmento de turismo gastronómico a mesas departamentales de turismo                                                                                                                                                        |      |      |      |      |      |      |      |
| Suscribir convenios de cooperación con Autoridades Nacionales de Turismo -ANT-, universidades nacionales e internacionales y otras organizaciones para fortalecer el recurso humano de la cadena de valor del turismo gastronómico. |      |      |      |      |      |      |      |



Foto: INGUAT. Parrillada.



# SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA









# Diagnóstico

## ◆ Investigación

En el tema de investigación se han escrito obras de mucho interés tales como *Raíces Mayas de la Gastronomía Guatemalteca*, de los autores arqueólogo Tomas Barrientos, el historiador Aníbal Chajón, el etnobiólogo Luis Villar, y la chef Sandra Hernández. Recientemente el libro *El Sabor de Guatemala*, con el patrocinio del INGUAT. Otras obras de carácter privado: *Viviendo la Receta* y *Guatemala un Templo Culinario*, ambas de Mirciny Moliviatis, chef guatemalteca de prestigio internacional con publicaciones que han obtenido reconocimiento a nivel mundial, entre otras.

En Guatemala la investigación sobre gastronomía y turismo gastronómico ha tenido algunas dificultades debido a múltiples motivos, dentro de los cuales se encuentra la falta de apoyo económico para que equipos de investigadores trabajen a tiempo completo y de forma constante. Sin embargo, han surgido publicaciones desarrolladas por profesionales de renombre que han logrado éxito a nivel nacional e internacional.

En el diagnóstico se estableció la necesidad de: a) promover la investigación sobre la cocina guatemalteca con la participación de la academia, b) identificar fuentes de información sobre el tema, c) promover el rescate de recetas perdidas, d) reconocimiento público a autores de obras relacionadas con la cocina guatemalteca; e) gestionar apoyo técnico y financiero para investigadores de la cocina nacional y promover sus publicaciones.

## ◆ Estadísticas sobre turismo gastronómico

El INGUAT cuenta con un departamento de investigación de mercados en donde se realizan levantamientos de información sobre la actividad turística en Guatemala, como el control de entrada de visitantes por diferentes medios de transporte y fronteras, así como la cantidad de divisas que ingresa al país por concepto de turismo. Sin embargo, esta información no está desarrollada en lo que se refiere a datos sobre la actividad realizada en el segmento de turismo gastronómico.

Se percibe la necesidad de contar con información más específica sobre ésta actividad, para que se puedan orientar estrategias de desarrollo del producto y de mercadeo más efectivas.



Foto: Pablo Méndez Garzona. Desayuno Chapín.



# Objetivo estratégico

Sistematizar los mecanismos de investigación, medición, coordinación y divulgación de información estratégica para el segmento de turismo gastronómico.

# Plan de acción

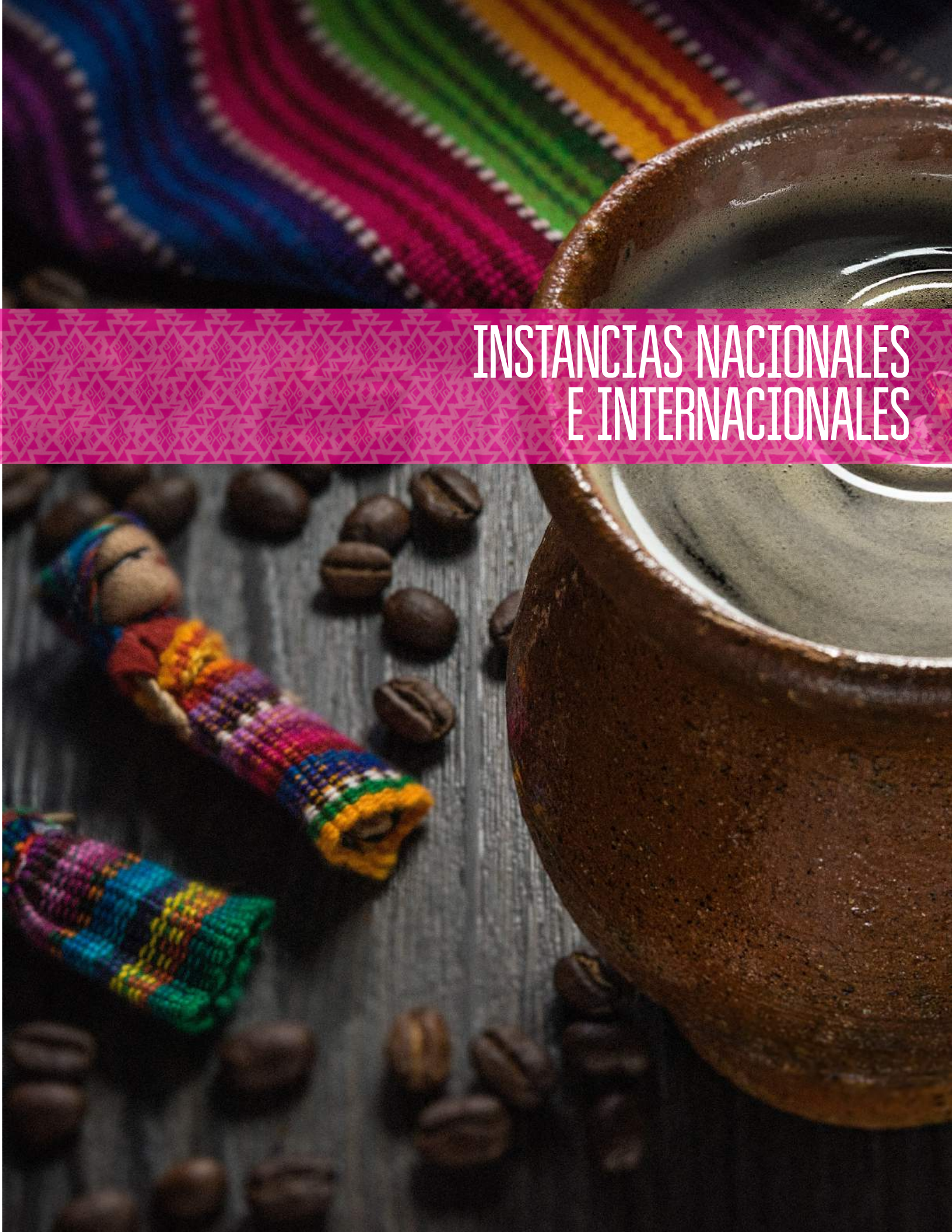
Tabla 4  
Sistemas de información y estadísticas

| Proyectos / Actividades                                                                   | Años |      |      |      |      |      |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                           | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Elaboración del estudio de investigación de mercado del segmento de turismo gastronómico. |      |      |      |      |      |      |      |
| Sistematizar la información de eventos gastronómicos por región.                          |      |      |      |      |      |      |      |



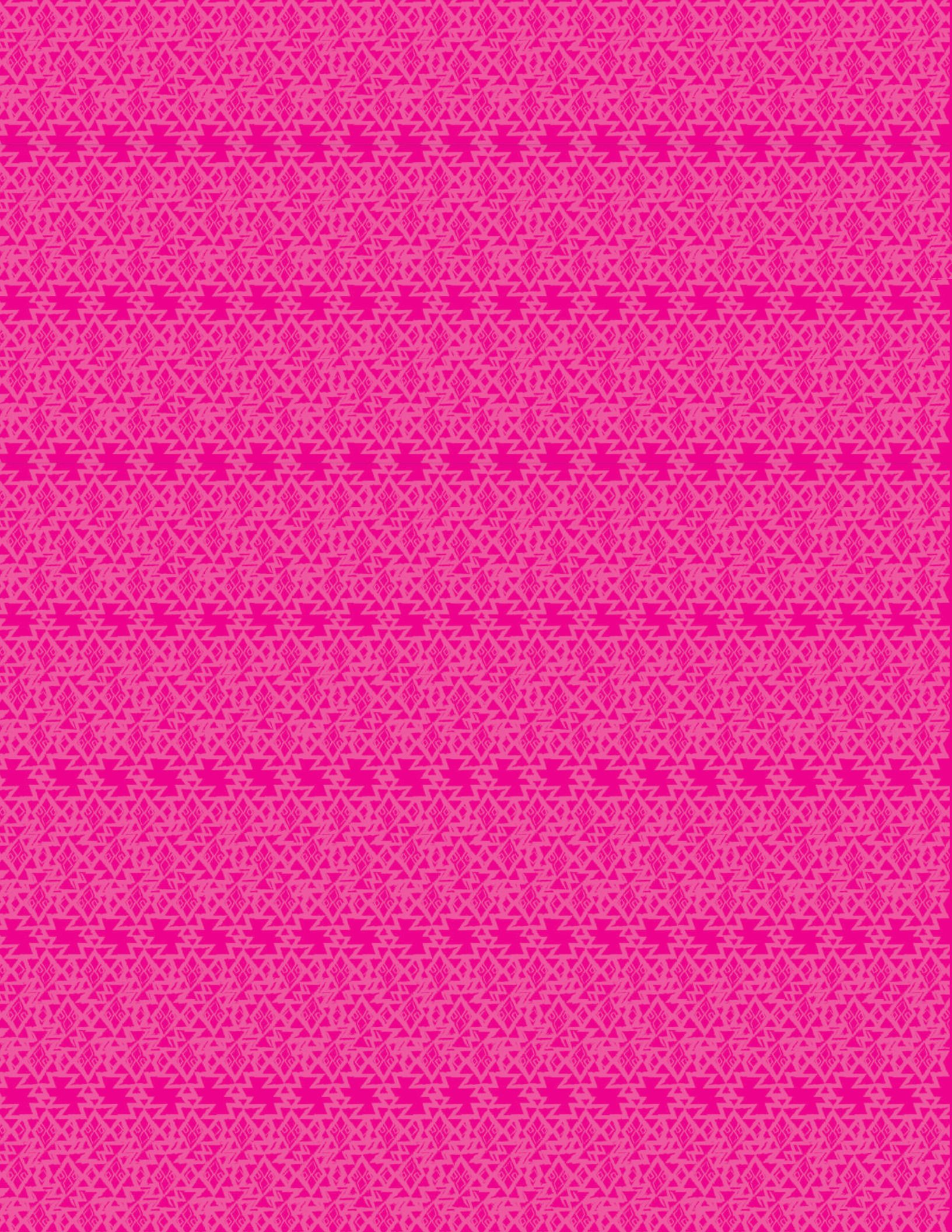
Foto: INGUAT, FIBEGA





# INSTANCIAS NACIONALES E INTERNACIONALES







# Diagnóstico

Dentro de las entidades que tienen impacto a nivel general están: Consejo Nacional de Promoción para las Exportaciones -CONAPEX-, Mesa Nacional de Seguridad Turística del INGUAT, Secretaría de Planificación de la Presidencia -SEGEPLAN-, Programa Nacional de Competitividad -PRONACOM-, Invest in Guatemala, Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales -MARN-, Ministerio de Cultura y Deportes -MCD-.

Promoción y mercadeo en mercados prioritarios: Programa de Agregados Comerciales, Inversión y Turismo -PACIT-.

Planificación y gestión de recursos turísticos: Comité Técnico de Áreas Protegidas -COTURAP-, Mesa de Coadministradores de Áreas Protegidas, Comités de Autogestión Turística -CAT-, Consejos de Desarrollo Departamental -CODEDE-.

Instancias Privadas: Consejo Nacional para la Competitividad -CPC-.

A nivel internacional se participa en instancias de coordinación turística que permiten el desarrollo y promoción de productos regionales, siendo estos: La Organización Mundial de Turismo -OMT-, Consejo Mundial del Turismo (World Travel and Tourism Council) -WTTC-, Consejo Centroamericano de Turismo -CCT- adscrito al Sistema de Integración de Turismo de Centroamérica -SITCA-, Agencia de Promoción Turística Centroamericana -CATA-, Organización Mundo Maya -OMM-, Sistema Arrecifal Mesoamericano -SAM-, Secretaría de Turismo de la Organización de Estados del Caribe -AEC-, Plan Trifinio.

Instancias privadas: Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica -FEDECATUR- y en la International Congress and Convention Association -ICCA-.

En abril del 2009, representantes del Comité Ejecutivo del CCT y de la FEDECATUR actualizaron el Plan Regional de Desarrollo Turístico Sostenible, en el que formularon una plataforma para establecer las áreas estratégicas, en torno a las cuales se realizarán los programas y acciones centrales de desarrollo turístico sostenible durante el quinquenio 2009-2013. Se continuó consolidando los lineamientos del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica para la gestión 2014-2018.

En el ámbito turístico, se adoptó una entidad corporativa común para los países de la región: *"Centroamérica tan pequeña y tan grande"*, para efectos de imagen, promoción y comercialización se creó la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica conocida como CATA. Se ha realizado un proceso de reestructuración de la agencia con el fin de responder a las tendencias del mercado, del multidestino en mercados prioritarios y se contribuyó la Secretaría General en Centroamérica.

Con el fin de impulsar los acuerdos regionales y el proceso de integración turística centroamericana, realizó una planificación estratégica para el periodo 2003-2008. Tomó en cuenta de manera activa los lineamientos estratégicos para el desarrollo e integración turística centroamericana.

Así también la OMM constituye una iniciativa de integración turística de los sectores público y privado de México, Belice, Guatemala, El Salvador y Honduras. Países que conforman la región en la que se desarrolló la civilización Maya. En Guatemala se dio apertura en el 2015 a la Secretaría Ejecutiva Permanente, desde la cual se coordinan los esfuerzos regionales de la OMM.



Como parte de las acciones de la OMM, con fondos no reembolsables del Banco Interamericano de Desarrollo -BID- en los años 2016-2019, se ejecutó el proyecto de turismo comunitario Maya en siete comunidades de la región Mundo Maya.

Es importante que el sector público turístico participe en forma permanente y efectiva, juntamente con el Ministerio de Relaciones Exteriores y el Ministerio de Economía en las negociaciones y procesos de liberación del comercio e integración económica.

# Objetivo estratégico

Potenciar las alianzas nacionales e internacionales para coadyuvar al logro de estrategias de desarrollo turístico del país, con énfasis en el segmento de turismo gastronómico.

# Diagnóstico

Tabla 5  
Cooperación Internacional y Gastrodiplomacia

| Proyectos / Actividades                                                                                                                                  | Años |      |      |      |      |      |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                          | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Incentivar al cuerpo diplomático acreditado en Guatemala y guatemaltecos acreditados en el extranjero para promover el segmento de turismo gastronómico. |      |      |      |      |      |      |      |
| Integración de Guatemala al foro mundial de turismo gastronómico de la OMT.                                                                              |      |      |      |      |      |      |      |
| Suscribir convenio de cooperación entre el INGUAT y el <i>Basque Culinary Center</i> .                                                                   |      |      |      |      |      |      |      |





## COMPONENTE 2: FORTALECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA



## EJE 4: DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

| Indicador                                                                                                  | Medio de verificación                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Acciones para sensibilizar sobre técnicas, ingredientes e instrumentos rescatados, protegidos y promovidos | Informe sobre taller                            |
| Espacio asignado dentro del CEDITUR para material bibliográfico sobre el segmento                          | Informe sobre el acondicionamiento del espacio. |
| Adquisición de documentos sobre el segmento                                                                | Documentos adquiridos                           |
| Publicaciones nuevas sobre el segmento                                                                     | Publicaciones                                   |
| Apoyos a investigadores del segmento                                                                       | Informe sobre los apoyos                        |
| Reconocimiento público a investigadores del segmento                                                       | Informes de la actividad                        |
| Programas de recuperación de flora y fauna silvestre                                                       | Informes sobre flora y fauna recuperada.        |
| Actores locales sensibilizados sobre el buen uso del agua                                                  | Informe de las sensibilizaciones                |
| Actores locales sensibilizados sobre la reducción, reciclaje y reutilización de residuos sólidos           | Informe de los talleres                         |
| Actores sensibilizados sobre el temas ambientales relacionados al segmento                                 | Informe de los talleres                         |
| Empresas comprometidas con la distribución de excedentes de alimentos                                      | Informe del organizador                         |
| Personas sensibilizadas sobre el cultivo de huertos familiares                                             | Informe de los talleres                         |
| Guía de buenas prácticas en el segmento                                                                    | Guía publicada                                  |
| Declaratoria del Día Nacional de Gastronomía Guatemalteca                                                  | Declaratoria                                    |
| Actores sensibilizados sobre aplicación de ley de accesibilidad universal                                  | Informe de los talleres                         |
| Acciones para sensibilizar sobre técnicas, ingredientes e instrumentos rescatados, protegidos y promovidos | Informe de los talleres                         |

## EJE 5: CONSOLIDACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

| Indicador                                                                                                                 | Medio de verificación                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Paradores municipales turísticos construidos                                                                              | Informes del departamento de planeamiento del INGUAT |
| Áreas de ventas de frutas y verduras en carretera con instalaciones mejoradas                                             | Informes del departamento de planeamiento del INGUAT |
| Área construida dedicada a la gastronomía guatemalteca con estándares de calidad en mercado de artesanías de la zona 13   | Informes del departamento de planeamiento del INGUAT |
| Aumento de la oferta de infraestructura y transporte marítimo, aéreo y terrestre. Gestiones realizadas para dicha mejora. | Informes del departamento de planeamiento del INGUAT |
| Cocinas y comedores en mercados municipales en condiciones adecuadas para ser visitados por los turistas.                 | Informes del departamento de planeamiento del INGUAT |
| Cocinas y comedores en mercados municipales en condiciones adecuadas para ser visitados por los turistas.                 | Informes del departamento de planeamiento del INGUAT |
| Área de frutas a orillas de carretera con potencial turístico con mejor imagen                                            | Informes del departamento de planeamiento del INGUAT |





# DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE









# Diagnóstico

## ◆ Salvaguardar el patrimonio

En relación a la sostenibilidad sociocultural, en gran parte del territorio nacional existen comunidades con mucha riqueza en cuanto a cultura y gastronomía tradicional con platillos emblemáticos enlistados por cada región turística; sin embargo la riqueza gastronómica es tal, que existe información no sistematizada. Se cuenta con algunos recetarios de las distintas regiones del país; no obstante, se estableció que existe gran variedad de recetas que han quedado en el anonimato o pérdidas en el tiempo.

Existen destinos turísticos en donde los platillos locales ya constituyen parte importante del producto turístico que se ofrece a los visitantes, ejemplo de ello es el tapado en el departamento de Izabal, especialmente en el municipio de Livingston, kak'ik en Cobán, pescado blanco en Petén, quichón en Quetzaltenango, y una lista abundante de platillos tradicionales. Además del pepián de pollo, el jocón

de carne de gallina, plátanos en mole, chocolate de Mixco y el pinol, platillos declarados como Patrimonio Cultural Intangible de la nación.

Según la OMT, el segmento de turismo gastronómico es especialmente importante para las comunidades rurales, ya que representan una gran ventaja competitiva a la hora de servir platos tradicionales dada su proximidad a las tierras productoras de alimentos. De este modo tienen la oportunidad de generar ingresos y puestos de trabajo, además de contribuir al mantenimiento de otros sectores de la economía local como la agricultura.

Según se refiere en el libro <sup>1</sup> *Turismo y Gastronomía de las 7 Regiones Turísticas de Guatemala, El Sabor de Guatemala* (INGUAT, 2018), clasifica el listado de platillos tradicionales por región turística como a continuación, se detalla:



Foto: INGUAT, FIBEGA.

<sup>1</sup> El libro *Turismo y Gastronomía de las 7 Regiones Turísticas de Guatemala, El Sabor de Guatemala* (INGUAT, 2018), fue reconocido en la Feria Internacional de Turismo Gastronómico, FIBEGA, (por sus siglas en inglés), en Miami 2019 como Mejor Obra Artística Promocional en Turismo de Gastronomía.



La región turística **Guatemala Moderna y Colonial**, integrada por los departamentos de Guatemala y Sacatepéquez ofrece: cocido de res, rellenos de plátano, chiles rellenos, enchiladas de curtido rojo, gallina en mole dulce. En fiestas patronales: churros, plataninas, buñuelos, torrijas, algodones de azúcar, elotes asados, shucos, longanizas, chorizos, carne adobada, carne asada, piloyada antigüeña y fiambre. En cuanto a bebidas se encuentran: Atol de elote, arroz en leche y fresco de súchiles. En cuanto a dulces típicos: canillitas de leche, mazapán, pepitoria, nuégados, encanelados, tartaritas, colochos de guayaba, zapotillos, frutas cristalizadas, cocadas, chupetes, caramelos, huevo chimbo, entre otros.



Foto: INGUAT. Fiambre.

La región turística **Altiplano Cultura Maya Viva**, integrada por los departamentos de Huehuetenango, Quiché, San Marcos, Quetzaltenango, Totonicapán, Sololá y Chimaltenango ofrece: Subanik, alimentos a base de maíz: tortillas, tamalito blanco, pixtones, tamales, tamalitos, chuchitos, tayuyos, bollos, boxboles, atoles y pinoles. Otro tipo de alimentos como: puliques, embutidos artesanales de Tecpán, queso Chancol, patines con chirmol y chile, ceviche de panza, shecas, caldo de frutas, pepián, jocón, paches, plátanos en mole, estofado con papas, cordero en estofado, entre otros.



Foto: INGUAT. Jocón.

La región turística **Aventura en el Mundo Maya**, integrada por el departamento del Petén ofrece: pescado blanco, carne de casamiento, siquinché, pacayas envueltas en huevo con chirmol, semillas del árbol de ramón, tamales itchiles y bollos peteneros, mandinga, revocado de cerdo, palmito /curtido, en caldo, en guiso o envuelto en huevo, chaya / sofrita con limón, costillas de cerdo en escabeche, guisado de palmito y cerdo, tamal de palmito, cerdo asado con chaya y patay, entre otros.



Foto: INGUAT. Pescado blanco.



La región turística **Un Caribe Verde**, integrada por el departamento de Izabal ofrece: caldo de gallina, mojarra frita, tortillas de harina, rice and beans, tapado, mochilá, guiffity, picadillo de malanga y pachay, cazabe, bimena, darasa, dani, pan de camote y pan de coco, entre otros.



La región turística **Paraíso Natural**, integrada por los departamentos de Alta Verapaz y Baja Verapaz, ofrece: frijoles blancos con espinazo, hilachas, café con cardamomo, arroz con carne de gallina denominado Tiu, pochos, cacao batido, boj, carne adobada, envuelto de ichintal, boxboles, tupes, iscua, kaq'ik, sak'ik, chile cobanero, té Chirripeco, entre otros.



La región turística **Oriente Místico y Natural**, integrada por los departamentos de Jalapa, Jutiapa, Chiquimula, Zacapa y El Progreso, ofrece: frijol negro parado, colado y volteado, crema, mantequilla, quesos, requesón, queso duro, quesadilla, yuca con chicharrón, caldo de gallina, horchata de arroz, shepes, salporas de arroz, flor de izote con recado frito, turrón, hojuelas, pollo en crema con loroco, entre otros.





La región turística Pacífico Mágico y Diverso, integrada por los departamentos de San Marcos, Retalhuleu, Suchitepéquez, Escuintla y Santa Rosa, ofrece: caldo de mariscos, ceviche, recado de Iwaxte, pescado frito, picado de rábano, chicharrones, chojín bataneco, carne en amarillo, caldo de pata, lengua de res, carne guisada y chancletas de güisquil, entre otros.



Foto: INGUAT. Chojín Bataneco.

La gastronomía guatemalteca también está presente en los recorridos de las siguientes Rutas Turísticas: *Ruta Ciudad de Guatemala, Ruta Santo Hermano Pedro en La Antigua Guatemala, Ruta Santa del Peregrino en Esquipulas, Ruta de los Pueblos Mayas, Universo Maya, Dualidad, Ruta Naj Tunich, Ruta del café, Ruta Ecológica de Café de Atitlán, Ruta Maya, Ruta Guatemática y Ruta Vive Xela*, entre otras.

En Guatemala, durante las fechas conmemorativas religiosas y asuetos que se celebran durante el año, también se elaboran platillos tradicionales tan especiales, que en muchos hogares guatemaltecos se acostumbra a consumirlos por lo que algunos establecimientos comerciales los ofrecen a sus clientes. Sin embargo, se sabe que en congresos nacionales e internacionales la cocina tradicional guatemalteca desafortunadamente no siempre ha sido incluida como un referente gastronómico del país.

En el diagnóstico se estableció la necesidad de continuar con el inventario de platillos tradicionales, identificando los más emblemáticos por región turística y elaborando el recetario de la gastronomía nacional; dar a conocer a los comensales a través de la narrativa, el significado y uso que las comunidades aún le dan a los utensilios de cocina de origen maya para la preparación de sus alimentos y que se pueden ofrecer a este segmento turístico en donde sea posible; poner a disposición del visitante los utensilios para su observación y venta; hacer un análisis comparativo de la cocina tradicional guatemalteca en diversos tiempos históricos. Por lo anteriormente expuesto, se propone en el plan

de acción una serie de actividades orientadas a resolver esta situación.

Es importante informar a comensales sobre el origen de los ingredientes y la historia de los platillos guatemaltecos servidos en cada ocasión. Se determinó que se carece de una cultura de narrativa en este segmento turístico (*Storytelling*), por el vacío que existe en la educación formal sobre la gastronomía local en el sistema educativo en todos los niveles, y en la formación de guías y chefs. Además, muchos de los prestadores de servicios no tienen dominio de otros idiomas por lo que la comunicación con los turistas se dificulta cuando estos no hablan español.



Foto: Pablo Méndez Garzona. La comida de nuestros ancestros.



## Sostenibilidad ambiental

Debido a su ubicación geográfica, Guatemala es un país megadiverso por lo que posee una gran variedad de especies de flora y fauna, y en la misma proporción cuenta con ingredientes para la preparación de sus platillos gastronómicos. Esta diversidad natural y la fusión que se dio entre la cultura española con las culturas maya, xinca y garífuna, permitieron que surgiera gran cantidad de comidas y bebidas que forman parte del patrimonio cultural de los guatemaltecos; sin menospreciar la influencia que se ha tenido de otras culturas.



Foto: INGUAT. Laguna de Ipala.

Se estableció la necesidad de sensibilizar a los actores de la cadena de valor del turismo gastronómico sobre la adaptación al cambio climático a través de la aplicación de buenas prácticas en la agricultura y la ganadería, promover la reducción, el reciclaje y la reutilización de residuos sólidos producidos por sus actividades; lograr la coordinación institucional para el control del cambio de uso del suelo y la disminución de áreas agrícolas, y promover la creación y cuidado de hortalizas, huertos familiares o cultivo de traspatio.

Una cocina coherente con el medio ambiente es la que toma medidas para mitigar los impactos negativos. Hasta la fecha, en muchos destinos turísticos se depreda la naturaleza a través de la caza furtiva de animales, el corte y sustracción ilegal de plantas y árboles. Durante el diagnóstico se detectó la necesidad de sensibilizar sobre el adecuado manejo de los recursos naturales, además de la socialización para dar a conocer la normativa vigente para su conservación y protección.

La producción de desechos sólidos y líquidos hasta su disposición final ha sido un problema y su disminución, un reto. Los turistas y la población en general, por mucho tiempo han hecho uso de materiales descartables (bolsas, platos, cubiertos, pajillas de plástico o duroport), los cuales algunas veces no pasan por un correcto manejo de desechos sólidos y son abandonados en los destinos visitados. La mejor forma de hacerle frente a este problema es empezar por producir menos basura en las actividades diarias. Las medidas de mitigación deben cambiar a ser medidas preventivas es decir aplicarse preferentemente antes de que se produzcan los impactos negativos al ambiente, que muchas veces ocurridos llegan a ser irreversibles.

Se identificó la necesidad de sensibilizar a los actores locales (productores, procesadores y comercializadores) sobre buenas prácticas ambientales para atender al segmento de turismo gastronómico, algunas de estas son: el uso adecuado de insecticidas y pesticidas y uso de abonos orgánicos en la agricultura en torno a destinos turísticos, uso adecuado y disposición final del agua en la cadena de producción de alimentos, promoción del programa de recuperación de especies endémicas en peligro de extinción, concientización para desincentivar consumo humano de especies de flora y fauna silvestre, así como del respeto a la normativa vigente para su protección, certificación de granjas productoras de especies de animales y plantas silvestres para consumo humano.

El uso de abonos químicos puede ocasionar serios daños a la salud de los seres humanos. Los alimentos producidos con abono orgánico, en lugar de químicos son muy apreciados en el mercado nacional e internacional.

En el diagnóstico se percibió la necesidad de sensibilizar a empleados y propietarios de establecimientos de cocina guatemalteca sobre el concepto de reducción de desperdicios de alimentos (Desperdicio Cero), que consiste en utilizar la totalidad de los ingredientes incluyendo cáscaras, semillas y hojas, entre otros. Además de aplicar dinámicas para la recolección de excedentes de comida que se generen para su distribución a los beneficiarios que podrían ser asilos de ancianos, orfanatos, etcétera.





### ◆ Sostenibilidad económica empresarial

En cada región del país la preparación de los alimentos depende de la producción agrícola y ganadera local. En ocasiones, es difícil adquirir en la cercanía los ingredientes necesarios para la preparación de los platillos, debido a que se han ido escaseando por factores como: cambio climático, fenómenos meteorológicos, cambio de uso del suelo, aumento de áreas urbanas y disminución de áreas agrícolas, incremento de monocultivos, uso de semillas transgénicas, depreciación de la cosecha en el mercado, problemas en la producción agrícola y ganadera, aunque el uso de semillas mejoradas ha favorecido al sector. Los huertos familiares son comunes en muchas regiones del país y resuelven parcialmente el problema del acceso a los ingredientes para la alimentación del grupo familiar y se convierten también, en una fuente de ingresos financieros.

Se deben promover los encadenamientos empresariales con productores vecinos que puedan proveer de los ingredientes a los procesadores y comercializadores de alimentos. Es importante que los restaurantes se agrupen y hagan sus adquisiciones con productores locales. Es necesario que las cadenas productivas evolucionen y se integren como "cadenas de valor" en donde todos los actores se benefician en proporción a su participación.

En Guatemala, muchos emprendedores y MIPYMES que se dedican a la gastronomía carecen de financiamiento para establecer o desarrollar su negocio, además, las tasas de interés son muy altas y las garantías o requisitos establecidos por el sistema bancario son complicados para las empresas que se inician en el negocio. Se debe promover el acercamiento con la banca nacional para el otorgamiento de préstamos que permitan a pequeños empresarios de este segmento a tener acceso a créditos.

### ◆ Sostenibilidad turística

A nivel mundial, el segmento de turismo gastronómico ha alcanzado gran importancia, al grado que, en muchos casos se ha convertido en el motivo principal de viaje. La encuesta del gasto promedio diario del visitante realizada por el INGUAT a través de su Departamento de Investigación de Mercados, (2019) indica que la gastronomía representa uno de los motivos de viaje del 30% de las personas encuestadas, o que este tema constituía uno de sus motivos de viaje.



Según la OMT, la gastronomía va ganando posiciones entre las motivaciones para elegir destino, lo que se ha traducido en un creciente desarrollo de la oferta basada en productos locales de calidad y la consolidación de un mercado en clara tendencia al alza, que lo ha convertido en uno de los más dinámicos del panorama internacional.

Es decir, este segmento forma parte importante de las experiencias que el visitante busca en Guatemala como destino turístico y en donde todavía no lo es y constituye un potencial atractivo. Los visitantes perciben la cocina local como un aspecto representativo del lugar donde se encuentran y consideran la cocina como un complemento de su viaje y, como eje transversal puede convertirse en un segmento de mercado en sí mismo y ser un ancla para que el visitante permanezca más tiempo en un destino determinado, combinándose perfectamente con otras actividades.

Es muy frecuente que después de su recorrido por los diferentes atractivos turísticos, los visitantes, soliciten alimentos y bebidas, paralelamente ven en ellos la oportunidad de profundizar en el conocimiento del patrimonio natural, cultural y la identidad gastronómica de la localidad que los está acogiendo, de esta manera, se combinan las actividades turísticas con la cocina local. Los

comensales disfrutan la diversidad de los sabores locales, aunque en algunos casos sea necesario ajustar los platillos a su gusto.

Se estableció la necesidad de identificar las áreas visitadas y consideradas como preferidas por los turistas, promover que en los restaurantes se sirvan platillos tradicionales de diario o propios de la ocasión en fechas conmemorativas religiosas y días de asueto; promover programas de declaratorias anuales de destinos turísticos seleccionados como sede de la cocina guatemalteca, declarar el Día Nacional de la Gastronomía Guatemalteca, conmemorar el 18 de junio de cada año como Día Mundial de la Gastronomía Sostenible, según la Organización de las Naciones Unidas -ONU-, también se necesita contar con un banco de datos de profesionales de la gastronomía interesados en ser contactados por empresarios de la restauración.

Es necesario promover al país como sede de congresos y convenciones e incluir dentro de los eventos la gastronomía guatemalteca, tanto la cocina tradicional como la de fusión. Capacitar al personal para que se preste a los comensales un servicio de alta calidad, así como en logística para la organización de estos eventos. Esto podría llegar a ser una importante fuente de empleo para muchos connacionales.



Foto: INGUAT. Plantaciones.



# Objetivo estratégico

Fomentar el desarrollo sostenible del turismo gastronómico, a través de la aplicación de buenas prácticas socio-culturales, ambientales y económico-empresariales, en base a los Criterios Globales de Turismo Sostenible.



Foto: María Mercedes Ravanales.



# Plan de acción

**Tabla 6**  
**Salvaguardar el patrimonio**

| Proyectos / Actividades                                                                                                 | Años |      |      |      |      |      |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                         | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Rescatar, proteger, conservar y promover la gastronomía guatemalteca como patrimonio cultural del país.                 |      |      |      |      |      |      |      |
| Fortalecimiento del Centro de Documentación Turística del INGUAT en el tema del segmento de turismo gastronómico.       |      |      |      |      |      |      |      |
| Promover la investigación sobre la cocina guatemalteca que incluya análisis comparativo en diversos tiempos históricos. |      |      |      |      |      |      |      |
| Reconocer públicamente a investigadores de la gastronomía guatemalteca.                                                 |      |      |      |      |      |      |      |

**Tabla 7**  
**Sostenibilidad ambiental**

| Proyectos / Actividades                                                                                                                     | Años |      |      |      |      |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                             | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Sensibilizar a los actores locales que integran la cadena de valor del segmento de turismo gastronómico sobre:                              |      |      |      |      |      |      |      |
| Importancia de la protección y recuperación de especies de flora y fauna silvestre endémicas en peligro de extinción.                       |      |      |      |      |      |      |      |
| Buen uso y disposición final del agua en la cadena de producción de alimentos.                                                              |      |      |      |      |      |      |      |
| Manejo y disposición final de residuos sólidos y líquidos.                                                                                  |      |      |      |      |      |      |      |
| Adaptación al cambio climático a través de la aplicación de buenas prácticas en el turismo gastronómico.                                    |      |      |      |      |      |      |      |
| Buenas prácticas en agricultura y ganadería en torno a rutas y destinos gastronómicos.                                                      |      |      |      |      |      |      |      |
| Recolección de excedentes de producción de alimentos generados por establecimientos gastronómicos para su distribución a los beneficiarios. |      |      |      |      |      |      |      |





**Tabla 8**  
**Sostenibilidad económica empresarial**

| Proyectos / Actividades                                                                   | Años |      |      |      |      |      |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                           | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Promover la creación y cuidado de hortalizas, huertos familiares o cultivos de traspatio. |      |      |      |      |      |      |      |
| Elaborar y publicar la "Guía de Buenas Prácticas de Turismo Gastronómico".                |      |      |      |      |      |      |      |

**Tabla 9**  
**Sostenibilidad turística**

| Proyectos / Actividades                                                                                                                                             | Años |      |      |      |      |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                                     | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Declaratoria del Día Nacional de la Gastronomía Guatemalteca.                                                                                                       |      |      |      |      |      |      |      |
| Sensibilizar a actores de la cadena de valor del segmento de turismo gastronómico sobre la importancia de implementar la Ley de Acceso a personas con discapacidad. |      |      |      |      |      |      |      |





## CONSOLIDACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA









Se estableció la necesidad de actualizar un inventario de las rutas y recorridos existentes en las siete regiones turísticas del país; atractivos turísticos seleccionados para formar parte del tour, poniéndolas en valor y equipándolos para su visita; fomentar la infraestructura vial relacionada con destinos turísticos y áreas de producción agrícola y ganadera, apoyar el procesamiento y la comercialización de alimentos en regiones turísticas debidamente identificadas; promover que operadores de turismo incluyan el producto de cocina guatemalteca en sus paquetes.

Existe la necesidad de sensibilizar a productores, procesadores y comercializadores de alimentos

Se identificó la necesidad de realizar un inventario de productores de alimentos con interés de formar parte de una ruta o un circuito gastronómico en cada una de las regiones turísticas; identificar ingredientes que generen interés y sean objeto de visita, para que obtengan la certificación de denominación de origen, si ese fuera el caso.

El INGUAT cuenta con un inventario de sitios turísticos ordenados según la metodología de la Organización de Estados Americanos -OEA-, donde las categorías son: cultural, natural y obras hechas por el hombre; de jerarquía 5, 4, 3, 2, 1 dependiendo de su atractivo. Dentro del inventario en mención, se incluyen los que pertenecen al Patrimonio Cultural



Foto: Pablo Méndez Garzona. Atol de Elote.

sobre la importancia de participar en la conformación de productos para este segmento en las siete regiones turísticas; promover rutas y circuitos diseñados y coordinados con los actores clave, entidades administradoras de atractivos turísticos y principalmente con operadores de turismo, en torno a ingredientes específicos de preferencia endémicos, aunque no necesariamente, para combinar la visita con atractivos turísticos de tipo natural y cultural identificando actividades que puedan asociarse con este segmento.

Tangible e Intangible de la Nación, en donde figura dentro de lo intangible la gastronomía tradicional de cada región.

De igual forma, el INGUAT tiene registro de establecimientos de hospedaje, escuelas de español, guías y operadores de turismo; sin embargo, debido a que la ley no los obliga a inscribirse en esta institución, los establecimientos de alimentos y bebidas no figuran en estos registros.



## ◆ Paradores municipales de turismo

En Guatemala el concepto de “Paradores Municipales de Turismo” no está muy desarrollado; sin embargo, en México y en otros países del mundo constituye un punto de apoyo para que el viajero pueda hacer una pausa en el camino y a la vez, gozar de esparcimiento y consumir productos alimenticios y artesanales de la localidad; por el lado de los anfitriones, es una gran oportunidad para dar a conocer el patrimonio cultural de las comunidades aledañas y ofrecer la venta de sus productos.

En el diagnóstico se estableció la necesidad de contar con terrenos municipales a orillas de carreteras de uso turístico o próximos a ellas, identificados para ser utilizados en la construcción de paradores municipales turísticos; apoyar por parte de las autoridades municipales; sensibilizar productores, procesadores y comercializadores de alimentos sobre la importancia de participar en la conformación de productos para el turista que se puedan exhibir y vender en el lugar; diseñar paradores de acuerdo a necesidades y arquitectura de cada región, coordinar entidades públicas y privadas incluyendo grupos comunitarios identificados para su construcción, identificar fuentes de financiamiento para la ejecución de los trabajos de construcción y equipamiento en donde se ofrezca el arte culinario y artesanía local, además de otros servicios para el turismo.

## ◆ Cocinas y comedores de mercados municipales

Los mercados municipales son centros en donde convergen chefs, cocineros y la población en general para adquirir los ingredientes para la preparación de los alimentos. Estos mercados se encuentran en toda la república y se han convertido desde hace mucho tiempo en lugares donde además de la actividad comercial, también se desarrolla una gran actividad de tipo social y cultural. En las cocinas de muchos de estos comedores se preparan las mejores muestras de platillos locales a precios accesibles, con sabores originales y muy variados.

En el diagnóstico se determinó la necesidad de contar con un inventario de mercados locales con potencial turístico, así como de establecimientos con oferta para el segmento de turismo gastronómico, inventario de ingredientes y platillos de la cocina guatemalteca que ahí se ofrecen; organización de locatarios de cocinas y comedores; capacitación de propietarios y empleados que presten servicios de calidad; mejoramiento en áreas de cocina y comedores y adecuación de equipo y mobiliario, así como mejoramiento de áreas interiores y exteriores.



Foto: María Mercedes Ravallín - Mercado de Chichicastenango





Foto: INGUAT, Mercado de Ciudad de Guatemala.





Foto: INGUAT. Pasillos del mercado Guatemala.

### ◆ Mobiliario y equipo / decoración y ambientación

El mobiliario y equipo son parte importante para el éxito de los establecimientos que ofrecen servicios en este segmento de turismo, tanto en el área de preparación como donde se sirven los alimentos. Cuando se habla de gastronomía tradicional es fundamental conocer el significado y la manera de cómo se usaban los utensilios originales en la preparación de alimentos y que en algunas comunidades del país aún se utilizan.

Se estableció la necesidad de promover la automatización de procesos a través del uso de tecnología por lo que se debe incentivar la mejora de equipo de cocina y mobiliario; buscar incentivos no fiscales para fomentar la inversión en establecimientos que atiendan al segmento.

La decoración, ambientación y un entorno adecuado son de vital importancia para que los clientes hagan la elección de ingresar y permanecer cómodamente en los establecimientos. A la fecha hay muchos de estos lugares que necesitan hacer mejoras al respecto; además de una coordinación con las

municipalidades para medrar su entorno.

En el diagnóstico se estableció la necesidad de promover servicios de calidad prestados por las empresas y comunidades anfitrionas del segmento; actualizar el marco normativo del sector turístico nacional dedicado a la gastronomía que promueva su competitividad y sostenibilidad; emprendedores y MIPYMES con competitividad empresarial, innovación y encadenamientos productivos; implementar programas de formación, tecnificación, capacitación y sensibilización turística implementados en función de prioridades del segmento.

Se detectó la necesidad de promover la mejora de las facilidades turísticas, impulsar: la conectividad aérea, marítima y terrestre; el marco legal, el encadenamiento productivo y asociatividad, la cultura y formación turística; el programa de reconocimientos fortalecidos; la protección y asistencia al turista; y programa de salud, entre otros.



## ◆ Turismo para todos

En relación al turismo para todos, respecto a las personas con discapacidad temporal o permanente con dificultad para ver, oír, entender, moverse o para expresarse, tienen derecho a disfrutar de la actividad en los destinos turísticos del país, por lo que la oferta debe ser diseñada incluyendo condiciones físicas y de servicio que facilite su experiencia. Según estudios de la -OMT-, del total de visitantes que viaja por el mundo, por lo menos el 10% tiene alguna discapacidad, por lo general son visitantes de alto poder adquisitivo y en sus viajes se hacen acompañar de parientes o amigos que también consumen productos turísticos.

En el diagnóstico se estableció la necesidad de promover la Ley de Acceso a Personas con Discapacidad en establecimientos que presten servicios de gastronomía y en consecuencia, aplicarla a través de: la eliminación de barreras arquitectónicas y dotación de facilidades turísticas e instalaciones adaptadas para que las personas con discapacidad puedan disfrutar del turismo gastronómico, entre otras actividades turísticas. Aunque esta Ley es norma de observación general, aún hay una gran parte de la población que desconoce la normativa que obliga a los establecimientos públicos y privados a incluir dentro de sus instalaciones físicas y de servicio, las facilidades de movilidad, siendo los alcaldes municipales los principales responsables de hacer más accesibles los espacios públicos y los prestadores de servicios gastronómicos los espacios privados.

Los propietarios y empleados de establecimientos en este segmento deben capacitarse adecuadamente para atender a estos visitantes y contar con un servicio adecuado y una oferta culinaria más amplia y variada para que los visitantes tengan diferentes opciones de consumo y eventos donde tengan acceso personas con diferente nivel económico. Sin olvidar promover el empleo de personas con discapacidad en empresas que presten servicios de turismo gastronómico.

En síntesis se debe facilitar el acceso a las actividades turísticas a personas con discapacidad y a personas con ingresos económicos bajos, procurando que se haga realidad la frase "turismo para todos".

## ◆ Facilidades turísticas / Impulso de conectividad terrestre y aérea

Aunque la construcción de infraestructura sale de los alcances de esta Estrategia, se sabe que sin carreteras es sumamente difícil desarrollar este segmento del turismo. Con el apoyo de la Dirección General de Caminos -DGC- y de la Unidad de Conservación Vial -COVIAL-, ambas entidades del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda -CIV-, se cuenta con información sobre el estado actual de la red vial a nivel nacional y la priorización de los trabajos, los cuales, en algunos casos, ya han sido contratados para su construcción o mantenimiento.

En el diagnóstico se detectó la necesidad de impulsar la conectividad aérea, marítima y terrestre, coordinar con la DGC y COVIAL del CIV para el mantenimiento y construcción de tramos carreteros que conduzcan a los destinos turísticos culinarios, actualizar la base de datos de infraestructura vial de las siete regiones turísticas identificando las carreteras panorámicas entre destinos turísticos para ponerlas en valor y gestionar su mantenimiento para el disfrute de visitantes y locales que hacen uso de ellas.

Existen destinos turísticos alejados de los centros de distribución; sin embargo, por la vía aérea se vuelven accesibles. Actualmente, los aeródromos se encuentran en etapa de rehabilitación de modo que todo el territorio nacional se está integrando a través de los vuelos de las diferentes líneas aéreas. Se debe coordinar con la Dirección General de Aeronáutica Civil -DGAC- para continuar con la rehabilitación de los aeródromos a nivel nacional y promover más oferta de las líneas aéreas que ofrezcan precios competitivos.



Foto: INGUAT, Panajachel.



# Diagnóstico

## ◆ Rutas de turismo gastronómico

Según la OMT las rutas gastronómicas se están convirtiendo sin duda en uno de los productos de mayor proyección. Estos itinerarios también aúnan lugares de interés histórico y otras atracciones turísticas, debidamente empaquetados para alargar la estancia en el destino y promover así el desarrollo económico de su área de influencia. Asimismo, deberán diferenciarse de la competencia pues los visitantes buscan variedad, novedad y autenticidad en las experiencias”

En relación con rutas, circuitos y tours de gastronomía en Guatemala, actualmente están operando: el *Tour del Ron*, el *Tour de cocina tradicional* en casas de familia del municipio de Quetzaltenango, el *Tour de la Cerveza* en la Ciudad de Guatemala, el *Tour del Aguacate*, el *Tour de la Macadamia*, el *Tour del Café* y el *Museo del Chocolate* en la Antigua Guatemala; el *Tour del Té Chirripeco* en Alta Verapaz, el *Tour de las Mujeres Pescadoras* de el Quetzalito, el *Tour de gastronomía del Estor* y el *Tour de Comida Garífuna* en Livingston, en Izabal; se estableció a nivel de las siete regiones turísticas del país, no se cuenta con rutas y circuitos en este segmento.

La gastronomía se consolida así como un elemento clave para diversificar la oferta turística y estimular el desarrollo económico local, regional y nacional con valores de sostenibilidad basados en el territorio, el paisaje, el mar, los productos locales y la autenticidad; todos ellos en consonancia con las actuales tendencias de consumo cultural.

Para mantener viva una ruta o circuito en este segmento, es importante que los actores locales que forman parte de la cadena de valor del turismo gastronómico participen activamente en su operación, estén coordinados y totalmente comprometidos con el proyecto, debiendo

cerciorarse que la ruta o circuito esté funcionando adecuadamente. El INGUAT coordinará con entidades públicas y privadas para diseñarlas y desarrollarlas. La entidad administradora de la ruta debe garantizar que el visitante obtenga el producto esperado.

En Guatemala, en muchos casos, es necesario fortalecer la coordinación entre actores que integran las rutas o circuitos turísticos, principalmente la relación entre el operador de turismo con el resto de prestadores de servicios. Uno de los propósitos de las rutas o circuitos de gastronomía es que todos los actores participantes obtengan beneficios económicos en proporción a su nivel de participación y esfuerzo.



Foto: María Mercedes Ravanales.



## Objetivo estratégico

Impulsar el fortalecimiento y diversificación de la oferta turística para el segmento de turismo gastronómico de acuerdo al ordenamiento del espacio turístico nacional establecido en el Plan Maestro de Turismo Gastronómico.



Foto: INGUAT. Dulce de Chilacayote.



# Plan de acción

**Tabla 10**  
**Construcción y mejoramiento de infraestructura**

| Proyectos / Actividades                                                                                                     | Años |      |      |      |      |      |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                             | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Construcción y equipamiento de paradores turísticos municipales a orillas de carreteras de uso turístico o próximo a ellas. |      |      |      |      |      |      |      |
| Mejoramiento de puestos de venta de frutas a orillas de carreteras de uso turístico del país.                               |      |      |      |      |      |      |      |
| Construcción y equipamiento del área de gastronomía del mercado de artesanías de la zona 13 de la Ciudad de Guatemala.      |      |      |      |      |      |      |      |
| Gestionar el mejoramiento de infraestructura vial relacionada con rutas y destinos de turismo gastronómico.                 |      |      |      |      |      |      |      |

**Tabla 11**  
**Mercados municipales**

| Proyectos / Actividades                                                                                 | Años |      |      |      |      |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                         | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Mejoramiento de cocinas y comedores de mercados municipales.                                            |      |      |      |      |      |      |      |
| Cambio de imagen del área de frutas y verduras de mercados municipales.                                 |      |      |      |      |      |      |      |
| Mejoramiento de puestos de venta de frutas y verduras a orillas de carreteras de uso turístico del país |      |      |      |      |      |      |      |





## COMPONENTE 3: DESARROLLO EMPRESARIAL



## EJE 6: COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

| Indicador                                                                                                                                                   | Medio de verificación                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Información sobre emprendedores y MIPYMES que necesitan ser fortalecidos                                                                                    | Informes                                                  |
| Personas que forman parte de la cadena productiva del segmento capacitadas                                                                                  | Inventario de personas que pertenecen a la cadena de valo |
| Pensum de estudios de centros de formación gastronómica revisados.                                                                                          | Pensum de estudio                                         |
| Centros de formación con sistemas de evaluación y seguimiento implementados.                                                                                | Informes                                                  |
| Empresas gastronómicas que informan a los comensales sobre la historia de los platillos que sirven, las técnicas y utensilios empleados para su elaboración | Informes de las empresas participantes                    |
| Empresas gastronómicas ofreciendo platillos adaptados a gustos y necesidades del comensal.                                                                  | Informes de las empresas participantes                    |
| Empresas gastronómicas certificadas                                                                                                                         | Empresas certificadas                                     |
| Actores del sector gastronómico con reconocimiento                                                                                                          | Reconocimientos                                           |
| Reconocimientos a la gastronomía guatemalteca (profesionales de la gastronomía y destinos)                                                                  | Reconocimientos                                           |
| Empresas gastronómicas con procesos automatizados                                                                                                           | Informes de las empresas participantes                    |
| Información sobre emprendedores y MIPYMES que necesitan ser fortalecidos                                                                                    | Informes de las empresas participantes                    |
| Personas que forman parte de la cadena productiva del segmento capacitadas                                                                                  | Informes de las empresas participantes                    |





COMPETITIVIDAD TURÍSTICA







# Diagnóstico

## Encadenamiento productivo y asociatividad

Como parte del diagnóstico se identificó la necesidad de: Promover encadenamientos empresariales entre productores, procesadores y comercializadores de alimentos; apoyar a emprendedores y MIPYMES para la generación de negocios, proyectos estratégicos y transformadores; determinar la ubicación de actores de la cadena productiva de alimentos para facilitar a interesados la adquisición de ingredientes utilizados en la preparación de platillos nacionales, asimismo de realizar un análisis comparativo entre producción local de alimentos e insumos demandados por poblaciones y restaurantes locales de la cocina guatemalteca.

Promover el otorgamiento de garantías y créditos a emprendedores y MIPYMES que pertenezcan a la cadena de valor del segmento turístico vinculando bancos del sistema que habiliten líneas de crédito en condiciones adecuadas; promover encadenamientos empresariales entre actores de este segmento, acercándolos para hacer negocios entre productores, procesadores y comercializadores de alimentos con administradores de establecimientos de cocina guatemalteca, y encadenamientos con artesanos.

Establecer contacto con productores y procesadores de alimentos para la comercialización de productos con clientes de la región; promover apoyo técnico y financiero a reconocidos chefs y cocineros del país apoyando su participación en eventos nacionales e internacionales de gastronomía, facilitando la obtención de recursos financieros para mejorar el mobiliario, equipo y ambientación en el negocio.

Varios estudios han coincidido en que los turistas viajan a los destinos que han establecido una reputación como un lugar para experimentar con productos locales de calidad. De hecho en el mundo del turismo hay destinos influyentes cuya imagen de marca se conecta con valores gastronómicos en diferentes niveles de intensidad, España entre ellos, pero también Francia, Italia, Grecia, Bélgica, Portugal,

Estados Unidos (específicamente regiones como la de los valles de Napa y Sonoma en California), Brasil, Perú, México, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Australia, Chile, Malasia, Japón, Indonesia, Bali, China o Singapur. (OMT, 2019)

También se identificó la necesidad de actualizar inventarios de productos agrícolas y ganaderos por regiones turísticas del país; identificar a los actores locales dentro de la cadena de valor del segmento que estén interesados en participar en ferias, concursos y rutas de turismo gastronómico; promover la prestación de servicios de mano de obra capacitada en destinos turísticos ubicados en ciudades intermedias y otras áreas turísticas; buscar incentivos no fiscales para fomentar la inversión en este segmento del turismo; incentivar encadenamientos empresariales promoviendo acercamiento de distintos actores que participan en la actividad.

Se conocen algunos encadenamientos empresariales de este tipo en los destinos turísticos del país. Sin embargo, los casos son mínimos en comparación con la gran cantidad de actores que aún no tienen estas alianzas. Un ejemplo de alianza es la Asociación Gremial del Empresariado Rural - AGER-, que a través de su proyecto *Fortalecimiento de la Red de Promoción y Desarrollo de Alimentos Ancestrales Nutricionalmente Mejorados*, trabaja en diferentes regiones del país. Otro ejemplo es el programa *Campo-Ciudad* que trabaja en comunidades en el interior del país para hacer una realización ciudad-campo-ciudad fomentando el uso responsable de la tierra, una agricultura regenerativa que respete los productos nativos y naturalizados de la región.

Se identificó la necesidad de trabajar con actores locales para hacer de la gastronomía un producto turístico por sí solo; para lo cual se requiere sensibilizar a prestadores de servicios de este segmento para que adapten sus recetas al gusto del visitante, modificando la proporción



## ◆ Formalización de emprendimientos y microempresarios

En el país existen chefs y cocineras que no están integrados a la economía formal, debido a que no están registrados como empresas individuales o jurídicas, no llevan un control contable y no reportan al fisco sus ingresos por ventas realizadas. Como consecuencia, no cuentan con facturas para ofrecer a sus clientes, lo que dificulta hacer negocios con empresas y personas que requieran de estas formalidades. Por lo anterior, se estableció la necesidad de capacitar y asesorar en este tema a los prestadores de servicios; capacitar a los prestadores de servicios sobre temas legales, administrativos, y financieros, entre otros.

## ◆ Apoyo a chefs y cocineros

Es necesario promover iniciativas como fortalecimiento de los chefs como gremio, apoyo técnico y financiero para chefs y cocineros del país, el intercambio de experiencias con sus homólogos a nivel nacional e internacional, la participación en eventos internacionales, en donde se sistematice la información generada, proporcionar a los participantes un *kit* de material promocional que incluya, entre otros artículos, filipina y bandera de Guatemala. De igual manera, debe promoverse la visita al país de chefs y cocineros internacionales que compartan su experiencia con sus homólogos locales.

En la actualidad se carece de un registro de chefs y cocineros tradicionales y no tradicionales por especialidad a nivel local, regional y nacional; por lo que es necesario crearlo, darle mantenimiento y publicitarlo. Al no existir un banco de datos, los

empresarios no pueden contactar a profesionales de la gastronomía guatemalteca. Asimismo, se debe contar con la información de graduados en centros de formación privados, identificar la cantidad y tipo de prestadores de servicios para el turismo gastronómico. Cabe mencionar que el INTECAP lleva un registro de los chefs y cocineros que se han graduado en el tiempo que tiene esta carrera en la institución.

El INGUAT promovió la participación de Guatemala en la Feria Internacional de Gastronomía y Turismo -FIBEGA-, Miami 2019; en donde se obtuvo el reconocimiento de *Mejor Platillo Promocional Local (Best Promotional Local Dish)* con el platillo tradicional denominado: *tapado guatemalteco*, una receta de origen caribeño, elaborada a base de leche de coco, plátano verde y mariscos. La elaboración de este platillo estuvo a cargo del chef invitado Luis Carrillo, presidente de la Asociación Izabal Gastronómica.

Guatemala ganó el tercer lugar en el concurso gastronómico *The Bocuse d'Or*, selección Latina, celebrado en México en febrero del año 2016. El primer y segundo lugar, lo obtuvieron Brasil y Uruguay, respectivamente. El equipo representante del país estuvo integrado por Marcos Zaenz, chef; Eddy Aguilar, asistente; Diego Tellez, coach y Mario Campollo, presidente del equipo.

"...Guatemala es el único país de la región centroamericana que por cuarta vez asistirá al mundial culinario *Bocuse d'Or 2017*", refirió el chef Mario Campollo en su cuenta de Facebook. El premio *Bocuse d'Or* es el máximo galardón mundial que se otorga cada dos años a los mejores exponentes de la cocina de distintas latitudes del planeta. En el mundial culinario compiten 24 chefs de todo el mundo.



Foto: María Mercedes Ravanales. INGUAT





Foto: INGUAT, Tapado.

### ◆ Cultura y formación turística

En el diagnóstico se identificó la necesidad de registrar los centros de formación de cocina profesional por regiones turísticas a nivel nacional; revisar el programa educativo de esta carrera del INTECAP para elaborar un currículum nacional base que sea utilizado por todas las instituciones que se dedican a esta enseñanza; en la revisión deben participar chefs, personas vinculadas al patrimonio cultural de la nación, MINEDUC, MCD, universidades y escuelas privadas que imparten carreras con esta especialidad.

Se considera necesario suscribir convenios de cooperación con entidades y universidades nacionales e internacionales para la preparación de estudiantes y profesionales en esta área que satisfagan los requerimientos de la demanda laboral; determinar la cantidad de prestadores de servicios locales preparados para atender necesidades de este segmento turístico; contar con guías o manuales de buenas prácticas de turismo gastronómico, de forma impresa y a través de medios audiovisuales; realizar encuentros culinarios de cocina tradicional guatemalteca para fortalecer el patrimonio cultural intangible en donde se invite a cocineras tradicionales, escuelas culinarias, universidades que impartan la especialidad y a profesionales que deseen rescatar las tradiciones.

En repetidas ocasiones se ha tenido en el país la visita de chefs y cocineros internacionales tanto tradicionales como no tradicionales, que han compartido sus conocimientos y experiencias. Se ha podido constatar que los resultados han sido de gran beneficio para los profesionales del gremio, sobre todo para quienes no han tenido oportunidad de viajar al extranjero, por lo que es conveniente sistematizar y socializar la información generada en el intercambio de experiencias de chefs y cocineros de las siete regiones turísticas del país.

Es necesario apoyar a cocineras y chefs guatemaltecos para su participación en eventos internacionales de este segmento. El intercambio de experiencias es una buena práctica, pero no todos tienen acceso debido a múltiples razones, la falta de apoyo financiero en muchos casos limita la oportunidad de conocer otras regiones del país y su cocina. En los últimos años el INGUAT ha promovido la participación en el extranjero de chefs y cocineros guatemaltecos, una de estas ocasiones fue la Feria Iberoamericana de Gastronomía -FIBEGA- en España y Argentina, en sus ediciones de 2016 y 2017. En el año 2018, promovió la participación de una cocinera tradicional y una chef en la Cumbre Internacional de Gastronomía en Guanajuato México, entre otros. Por su parte, chefs de reconocido prestigio han viajado al extranjero representando a



Guatemala, ganando reconocimientos y premios, muchas veces han sido financiados con sus propios medios.

Para alcanzar el objetivo general de esta Estrategia se propone hacer de Guatemala un país con múltiples destinos turísticos gastronómicos en cada una de sus siete regiones turísticas, valorar el patrimonio cultural tangible e intangible de la nación y de la humanidad, con enfoque especial en la cocina guatemalteca, promover la gestión ambiental, proteger y valorar la flora y la fauna nacional, especialmente las especies que se encuentran en vías de extinción, desincentivar el consumo de especies silvestres y salvaguardar el patrimonio de la nación.

Se identificó en el diagnóstico la necesidad de determinar las áreas visitadas por el turismo gastronómico. No todos los prestadores de servicios están sensibilizados sobre la importancia de informar a comensales sobre el origen de ingredientes e historia de los platillos tradicionales que se sirven; además, hay dificultad en encontrar restaurantes que sirvan platillos tradicionales propios de la ocasión en fechas conmemorativas, religiosas y días de asueto.

Los destinos turísticos no están organizados para implementar un programa de declaratorias anuales en donde uno de estos lugares sea sede de la gastronomía guatemalteca (tradicional y no tradicional). No obstante, en cuanto a su riqueza culinaria, hay destinos turísticos que no han tenido la oportunidad de ser sede. Tampoco se cuenta en el país con un día declarado como: *Día Nacional de la Gastronomía Guatemalteca* y no se celebra el 18 de junio de cada año como: *Día Mundial de la Gastronomía Sostenible*.

No se registra un inventario completo de los platillos tradicionales más emblemáticos por región turística y tampoco se elaboran los recetarios respectivos. Tal como se mencionó, falta sensibilización de los prestadores de servicios en este segmento sobre la importancia de dar a conocer a los comensales el uso que algunas comunidades aun le dan a los utensilios de cocina de origen maya para la preparación de sus alimentos.

No se cuenta con un análisis comparativo de gastronomía tradicional guatemalteca en diversos tiempos históricos; tampoco existe una base de datos de ingredientes utilizados en la preparación de los platillos más emblemáticos por región turística; la poca producción de ingredientes para la cocina local en parte se debe a que no cuenta con incentivos para la producción agrícola y ganadera en regiones turísticas del país.

En la actualidad no se cuenta con un inventario de centros de formación y capacitación de recurso humano para el turismo gastronómico. Parte importante del plan de acción de la Estrategia será elaborar dicho inventario con el apoyo de los representantes de la academia y otros entes relacionados. Con los resultados se establecerá la importancia de estos centros de formación y capacitación en las distintas regiones del país.

Al otorgar mayor importancia a la cocina guatemalteca se beneficia una gran cantidad de personas dentro de la cadena de valor del turismo gastronómico integrada por productores, procesadores y comercializadores de alimentos; así como chefs, cocineros, propietarios y empleados de establecimientos de comida nacional. Además de una serie de prestadores de servicios que se favorecen en forma indirecta, aunque también se debe buscar la forma de beneficiar a personas con menores recursos para que puedan tener participación como oferentes o como clientes en eventos de alimentos locales.

Se identificó la necesidad de mejorar las capacidades del personal que forma parte de la cadena de valor, entre ellos a propietarios y empleados de establecimientos de comida para atender apropiadamente a personas con discapacidad para la preparación de productos turísticos donde se incluya la cocina guatemalteca a través de los platillos regionales; integrar a la economía formal a emprendedores, capacitándolos y asesorándolos sobre aspectos legales y administrativos para cumplir con los requisitos y operar adecuadamente.

Se identificó la necesidad de elaborar un diagnóstico de necesidades de capacitación (DNC) para fortalecer las capacidades de su personal en temas relacionados con este segmento (aspectos técnicos, legales, administrativos y financieros). Evaluar resultados obtenidos por entidades educativas como colegios y universidades encargadas de capacitar al recurso humano en temas de la cocina guatemalteca. Crear registro de centros de formación en el tema a nivel nacional en las regiones turísticas y actualizar su pensum de estudio; conocer el funcionamiento de centros de formación gastronómica en regiones turísticas.

Es conveniente que las universidades del país, que ofrecen carreras relacionadas con turismo y gastronomía preparen a sus alumnos de acuerdo a los requerimientos del mercado, conciliando la oferta con la demanda en este segmento de turismo y les inculquen el uso de ingredientes locales con un enfoque innovador.



## ◆ Denominación de origen protegida: (DO), (ID)

En el diagnóstico se estableció la necesidad de proponer a la Organización Mundial de Denominación de Origen, productos para su declaratoria; identificar ingredientes que puedan provocar interés en los visitantes para promover su inclusión en rutas gastronómicas; fortalecer cadenas de valor de productores de alimentos; jerarquizar y alinear eventos, además de actividades en destinos turísticos.

Para obtener denominación de origen los productos deben estar vinculados con un lugar geográfico, una forma específica de producción y estar relacionada con la cultura de un pueblo en particular. Por ejemplo: Ron de Guatemala, Café de Acatenango, que ya cuentan con la denominación de origen. Otros productos que en el futuro se podrían impulsar son el cacao, el frijol, productos lácteos, entre otros.

## ◆ Calidad en el turismo gastronómico

*La satisfacción del consumidor, en cumplimiento de sus expectativas, permitirá al destino fidelizarle incrementando su intención de repetir estancia. No en vano “la gastronomía de calidad” es un factor decisivo en la satisfacción, ya que produce un recuerdo imborrable en la experiencia vivida por el turista. (OMT, 2019)*

En Guatemala existe un gran número de personas que están capacitadas como chefs, cocineros o meseros, sin embargo, hay destinos turísticos en donde aún no se ponen en práctica estándares de calidad en la preparación de alimentos y servicio. Es muy frecuente encontrar establecimientos en ciudades pequeñas e intermedias del país, donde se observan ciertas deficiencias en la prestación de servicios e inocuidad de los alimentos. Se estableció la necesidad de elevar la calidad del servicio al cliente en destinos visitados.

Aunque el guatemalteco tiene buena actitud para el trabajo, la calidad del servicio que las personas y empresas que se desempeñan en el tema de cocina no siempre está al nivel que se requiere; las buenas prácticas de turismo en este segmento no siempre están sistematizadas ni documentadas; muchos de los actores que se van incorporando a la actividad, no cuentan con una guía o manual de buenas prácticas del tema, la rotación de personal

en este ámbito es muy alta; el pequeño empresario no cuenta con recursos para capacitar a su personal y cuando los trabajadores están capacitados optan por mejores oportunidades en empresas más grandes abandonando a la pequeña empresa que los capacitó.

Se determinaron los siguientes requerimientos: diagnósticos de necesidades de capacitación del personal que forma parte de la cadena de valor de la cocina guatemalteca y base de datos de emprendedores y MIPYMES que necesiten fortalecer capacidades de su personal en temas relacionados con este sector del turismo (técnicos, legales, administrativos y financieros) para operar adecuadamente; certificación de establecimientos de alimentos en el marco del programa de calidad Sello Q.

Prestadores de servicios debidamente capacitados y asesorados para su integración a la economía formal; preparación de productos turísticos por los actores del sector; funcionamiento de centros de formación culinaria debidamente regulados y supervisados en regiones turísticas en donde se detecte la necesidad.

El Sello Q es un distintivo que el INGUAT otorga a empresas prestadoras de servicios turísticos que deseen implementar estándares de calidad y sostenibilidad en sus operaciones internas, garantizando de esta manera la satisfacción y confort en sus instalaciones.

La certificación del distintivo Sello Q tiene una vigencia de dos años, luego se realizan las auditorías de renovación, en las cuales se obtiene el resultado que le permite a la empresa subir o bajar de categoría. La herramienta del Sello Q, cuenta con requerimientos o indicadores de evaluación. Las empresas prestadoras de servicios que pueden optar por el Sello Q son: Establecimientos de hospedaje, restaurantes, tour operadoras y transporte turístico y el sello Q verde, se otorga a parques nacionales. Al momento, el INGUAT ha certificado con el Sello Q a 40 restaurantes en total, por lo general son restaurantes de hoteles.

**Tabla 12**  
**Normativas y requerimientos Sello Q**

| Normativa      | Requerimientos |
|----------------|----------------|
| Hotelería      | 1,023          |
| Restaurante    | 1,040          |
| Tour Operadora | 665            |
| Transporte     | 692            |



Por medio del Sello Q se han establecido estándares de calidad y sostenibilidad dentro de las operaciones del sector turístico de Guatemala, incrementando la competitividad a través del desarrollo sostenible del país, contribuyendo así, con la conservación de las comunidades aledañas a los prestadores de servicios turísticos, empoderando al personal capacitado y fortaleciendo la gestión administrativa en las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.



Dentro de la normativa de restaurantes del Sello Q en la carta o menú, se contempla la puesta en valor de los platillos nacionales que se ofrecen, donde se establece la cultura y gastronomía del destino. Con más empresas verificadas en calidad y sostenibilidad turística a través del Sello Q a nivel nacional se impulsa el posicionamiento de Guatemala como un destino sostenible a nivel latinoamericano.

INGUAT fomenta la excelencia en las empresas turísticas con la entrega de distintivos de calidad.

Con relación a la gestión sostenible de empresas, sitios arqueológicos y áreas protegidas, Guatemala ha hecho grandes esfuerzos para que el sector adopte criterios de calidad y sostenibilidad a través de diversos programas de certificación.

Con el objetivo de mejorar los estándares de calidad y sostenibilidad en la industria turística, el Director

general y el Subdirector general del -INGUAT- entregaron distintivos de Calidad Turística Sello Q y SICCS Verde a empresas del sector; y el Sello Q Verde nivel intermedio al Biotopo Universitario para la Conservación del Quetzal Mario Dary Rivera.

El *Sello Q* está dirigido a hoteles, restaurantes, tour operadores y transportes. Mientras que el *Sello Q Verde* está orientado a áreas protegidas y parques nacionales. Ambos son un reconocimiento que otorga el INGUAT a empresas prestadoras de servicios turísticos que deseen implementar estándares de calidad y sostenibilidad en sus servicios, estableciendo controles en los procesos y servicios que garantizan la satisfacción de los turistas y la seguridad y confort de las instalaciones.

Se entregó la renovación del Sello Q 2016-2018 a 40 empresas, 28 en la categoría Oro, el nivel más alto de este distintivo, el cual verifica que se haya implantado un sistema de gestión sólido en los ejes transversales y específico de las empresas. Asimismo, se entregó el Sello Q Plata a 12 empresas. Éste es el nivel intermedio, por medio del cual se confirma la disponibilidad de un sistema de gestión consolidado. Paralelamente, 29 empresas fueron reconocidas por primera vez con el Sello Q, seis en la categoría Oro y 23 en la categoría Plata.

En tanto, el Sello Q Verde a nivel intermedio se entregó a representantes del Biotopo Universitario para la Conservación del Quetzal Mario Dary Rivera, por sus estándares de calidad y sostenibilidad. La administración del biotopo ha demostrado el compromiso de respetar nuestra naturaleza.

Por su parte, a nivel centroamericano, Guatemala trabaja conjuntamente con la Secretaría de Integración Turística Centroamericana -SITCA- en el marco del programa de apoyo al Acceso de la Mypime al Mercado Regional (Fase II), que contempla el Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad -SICCS-, como primer certificado regional a nivel mundial en calidad y sostenibilidad turística para empresas de alojamiento, restaurantes, transporte terrestre y tour operadoras. Este sistema tiene un esquema de trabajo mixto entre las Administraciones Nacionales de Turismo -ANT-, y la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica -FEDECATUR-. En Guatemala el Comité está conformado por el INGUAT y CAMTUR. Se otorgó el sello SICCS VERDE a 20 empresas que fueron auditadas con esta normativa centroamericana, en el nivel verde o avanzado.



## ◆ Programa de reconocimientos

El reconocimiento público es sumamente importante para el país y para los actores locales involucrados en la gastronomía guatemalteca. Chefs, cocineros, propietarios, empleados de restaurantes e investigadores necesitan reconocimiento de su labor en este ámbito. En el país se desarrollan este tipo de eventos y se publican en diferentes medios de comunicación, algunos especializados en la gastronomía guatemalteca y en estos se dan a conocer a chefs y cocineros premiados en eventos especiales. Sin embargo, se considera que hay tanta riqueza culinaria que es importante ampliar la cobertura para reconocer la mayor cantidad de empresas y personas que están trabajando fuertemente en el tema.

Se requiere realizar reconocimientos como el

evento *El Tenedor de Oro*, promover publicaciones en medios de comunicación social sobre premiaciones de establecimientos y profesionales de la gastronomía guatemalteca que obtengan alguna distinción por sus creaciones culinarias, uso innovador de ingredientes locales, también realizar reconocimientos a propietarios y administradores de establecimientos de ésta índole, con ambientación apropiada y aquellos que mejoren sus establecimientos, espacio público y su entorno promoviendo la identidad nacional; gestionar el apoyo a un restaurante guatemalteco para ingresar al concurso a nivel internacional como el *Latin's American 50 Best Restaurant*. Crear un reconocimiento a los restaurantes que incluyan en la oferta de platillos de la cocina guatemalteca para lo cual se deben crear las bases.



Foto: INGUAT.



# Objetivo estratégico

Mejorar la experiencia gastronómica del viajero a través del impulso de la competitividad e innovación de los destinos, atractivos y empresas, con servicios turísticos de calidad y capital humano capacitado con el marco normativo eficaz dentro del concepto de cadenas de valor.

## Plan de acción

Tabla 13  
Cultura y formación turística

| Proyectos / Actividades                                                                                                                                                            | Años |      |      |      |      |      |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                                                    | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Crear base de datos de emprendedores y MIPYMES que necesitan fortalecer capacidades de su personal en temas relacionados con el turismo gastronómico.                              |      |      |      |      |      |      |      |
| Capacitar al personal que forma parte de la cadena de valor del turismo gastronómico sobre temas de interés.                                                                       |      |      |      |      |      |      |      |
| Diseñar e implementar un sistema de evaluación de entidades de capacitación de recurso humano dentro de la cadena productiva del turismo gastronómico                              |      |      |      |      |      |      |      |
| Sensibilizar a prestadores de servicios gastronómicos para informar a comensales sobre procedencia de ingredientes, historia y técnicas de preparación de platillos guatemaltecos. |      |      |      |      |      |      |      |
| Sensibilizar a prestadores de servicios gastronómicos sobre adaptar recetas al gusto del comensal, incluyendo personas que no puedan consumir determinados ingredientes.           |      |      |      |      |      |      |      |



**Tabla 14**  
**Calidad en el servicio**

| Proyectos / Actividades                                                                               | Años |      |      |      |      |      |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                       | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Certificación de restaurantes con el sello de calidad en el servicio (Sello Q).                       |      |      |      |      |      |      |      |
| Reconocimientos en el evento El Tenedor de Oro.                                                       |      |      |      |      |      |      |      |
| Gestionar reconocimiento nacional e internacional a la cocina guatemalteca.                           |      |      |      |      |      |      |      |
| Promover automatización de procesos en establecimientos gastronómicos a través del uso de tecnología. |      |      |      |      |      |      |      |

**Tabla 15**  
**Encadenamiento productivo y asociatividad**

| Proyectos / Actividades                                                                                                                                               | Años |      |      |      |      |      |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                                       | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Promover encadenamientos empresariales entre actores de la cadena de valor del segmento de turismo gastronómico.                                                      |      |      |      |      |      |      |      |
| Fortalecer la cadena de valor del turismo gastronómico para integrar rutas y circuitos.                                                                               |      |      |      |      |      |      |      |
| Apoyo técnico y financiero para emprendedores y MIPY-MES para mejorar sus instalaciones, mobiliario y equipo relacionados con negocios de gastronomía                 |      |      |      |      |      |      |      |
| Buscar incentivos, no fiscales, para fomentar la inversión turística de gastronomía.                                                                                  |      |      |      |      |      |      |      |
| Promover ruedas de negocios entre oferentes de productos en este segmento y operadores de turismo.                                                                    |      |      |      |      |      |      |      |
| Promover encuentros entre organizadores de eventos gastronómicos y patrocinadores en las regiones turísticas del país.                                                |      |      |      |      |      |      |      |
| Incentivar producción agrícola, piscícola y ganadera en regiones turísticas del país, en especial donde exista escasez de ingredientes para la gastronomía local.     |      |      |      |      |      |      |      |
| Crear base de datos de ingredientes utilizados en la preparación de platillos emblemáticos por región turística.                                                      |      |      |      |      |      |      |      |
| Promover contratación de mano de obra capacitada en destinos ubicados en ciudades intermedias y otras áreas, para la prestación de servicios de turismo gastronómico. |      |      |      |      |      |      |      |
| Apoyar la participación de reconocidos profesionales de la gastronomía guatemalteca en eventos nacionales e internacionales.                                          |      |      |      |      |      |      |      |
| Promover el intercambio de cocineras tradicionales y chefs en las siete regiones del país                                                                             |      |      |      |      |      |      |      |



| Proyectos / Actividades                                                                                                        | Años |      |      |      |      |      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Impartir clases magistrales de chefs profesionales para el gremio de la gastronomía en las siete regiones turísticas del país. |      |      |      |      |      |      |      |
| Promover visitas a Guatemala de chefs internacionales que compartan sus experiencias con sus homólogos nacionales.             |      |      |      |      |      |      |      |
| Elaborar registro de profesionales de la gastronomía.                                                                          |      |      |      |      |      |      |      |

**Tabla 16**  
**Ordenamiento territorial**

| Proyectos / Actividades                                                                                                                      | Años |      |      |      |      |      |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                              | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Inventariar rutas y circuitos de turismo gastronómico existentes, diseñar e implementar nuevas en las siete regiones turísticas.             |      |      |      |      |      |      |      |
| Integrar productos e ingredientes que tengan Denominación de Origen a rutas y circuitos de turismo de gastronomía.                           |      |      |      |      |      |      |      |
| Actualizar inventario de atractivos turísticos, seleccionarlos y ponerlos en valor para que formen parte de rutas y circuitos gastronómicos. |      |      |      |      |      |      |      |



Foto: Darwin Cu Mon. El Sabor Ancestral.





## COMPONENTE 4: POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN DEL PAÍS



## EJE 7: MERCADEO TURÍSTICO

| Indicador                                                                            | Medio de verificación                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Análisis de mercado de la competencia en relación con el turismo gastronómico        | Estudio sobre el mercado.                                         |
| Imagen gastronómica de los destinos turísticos priorizados                           | Informes sobre la imagen de los destinos.                         |
| Oferta más amplia y variada de platillos de la gastronomía guatemalteca              | Informe sobre las empresas alineadas a este objetivo              |
| Calendarios gastronómicos publicados en medios de comunicación                       | Calendarios publicados                                            |
| Espacios en medios de comunicación social dedicados al tema de turismo gastronómico  | Espacios en medios de comunicación                                |
| Publicaciones de recetas ganadoras en los medios de comunicación                     | Publicaciones                                                     |
| Guatemala como destino de turismo gastronómico conocido en los mercados prioritarios | Informes                                                          |
| Boletines publicados                                                                 | Boletines                                                         |
| Visitantes atraídos por las actividades gastronómicas                                | Informes del departamento de investigación de mercados del INGUAT |
| Congresos y convenciones con servicio de gastronomía guatemalteca                    | Informes de organizadores de eventos.                             |
| Presencia de la gastronomía guatemalteca en eventos oficiales del INGUAT             | Informes del INGUAT                                               |
| Talleres, seminarios y viajes de familiarización realizados.                         | Informes sobre los seminarios y viajes de familiarización         |
| Operadores de turismo sensibilizados                                                 |                                                                   |
| Guía práctica formulada y reproducida en forma impresa y digital                     | Guía para organizar ferias                                        |
| Líneas gráficas de festivales o ferias diseñadas para cada destino turístico         | Informes sobre línea gráfica                                      |
| Ferias realizadas                                                                    | Informes de los eventos                                           |
| Publicaciones realizadas sobre turismo gastronómico en los medios invitados          | Publicaciones                                                     |
| Actores que participan en las actividades de socialización de la Estrategia          | Actores del sector participando                                   |

## EJE 8: PROGRAMA NACIONAL DE SEGURIDAD TURÍSTICA

| Indicador                                                                                                                    | Medio de verificación                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Convenios entre MSPAS, MARN y el INGUAT para facilitar la gestión de las licencias ambientales de las empresas gastronómicas | Convenios suscritos                                  |
| Entornos e instalaciones de los establecimientos gastronómicos mejorados                                                     | Informes del departamento de planeamiento del INGUAT |





MERCADEO TURÍSTICO







# Diagnóstico

## ◆ Desarrollo y promoción de la oferta turística

Los productos turísticos de Guatemala se pueden clasificar según la demanda del mercado nacional e internacional, por esta razón, se dividen en segmentos turísticos. Esta clasificación tiene como objetivo especializar las acciones de mercadeo y desarrollo según el mercado de interés, para que las mismas alcancen un mayor impacto.

El turismo gastronómico siendo un fenómeno emergente que se está desarrollando como un nuevo producto turístico debido, entre otras cosas, al hecho de que según los expertos, más de un tercio del gasto de la oferta turística del destino se dedica a la alimentación, lo que revela la importancia de la gastronomía en la calidad de la experiencia vacacional. (OMT, 2019)

Según el PMTS 2015-2025, los segmentos turísticos son: cultura, aventura, naturaleza, deportes, idiomático, voluntariado, salud y bienestar, reuniones e incentivos, bodas de destino y lunas de miel; entretenimiento y cruceros. Algunos de estos segmentos cuentan con subdivisiones que permiten especializar aún más los servicios a los visitantes extranjeros. El segmento de naturaleza cuenta con la subdivisión de aviturismo; el de deportes golf, pesca deportiva y maratones; el de cultura incluye artesanías y textiles, arqueología y gastronomía, siendo este último un subsegmento transversal entre todos los segmentos turísticos. Y por último los subsegmentos: médico y de bienestar, que a pesar de involucrar temas de salud se dividen como correctivos y preventivos.



Foto: Pablo Méndez Garzona. Picadillo de Rábano.



**Gráfica 1**  
**Ciclo de vida de los segmentos**

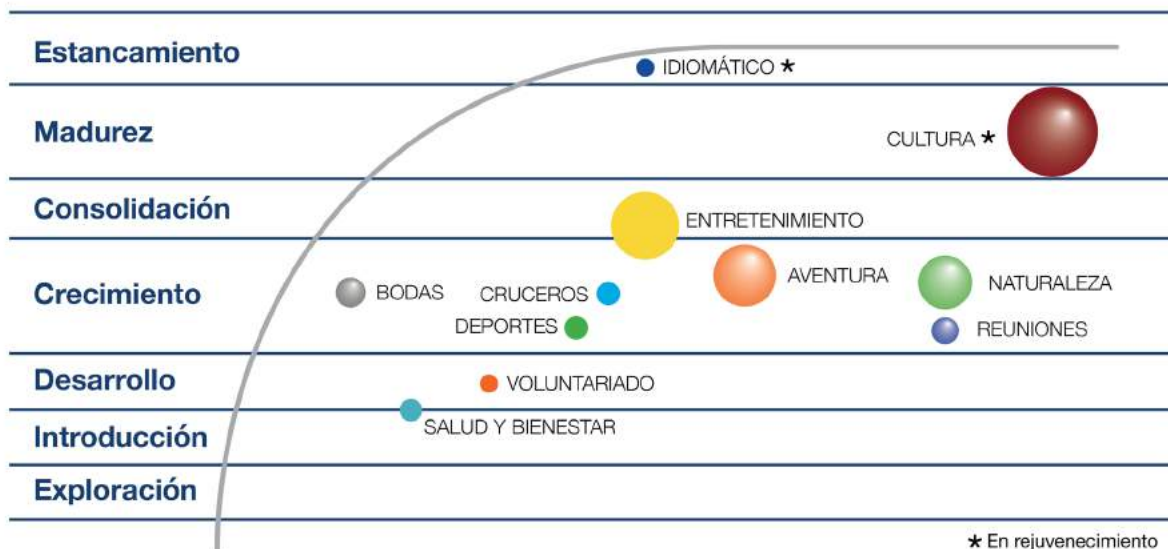


Foto: INGUAT, 2019.

Aunque los segmentos pueden compartir algunos mercados de interés, cada uno de estos enfoca su promoción hacia un mercado específico y de una forma diferente, de igual forma, tienen canales de comercialización y agentes intermediarios diferentes. Esto permite que cada segmento identifique la mejor Estrategia de mercadeo para promoverse en los mercados clave, en los estratégicos y en los de oportunidad.

La gastronomía guatemalteca tiene como ventaja la capacidad de promoverse en cualquier mercado, al ser eje transversal puede acoplarse según el segmento turístico en el que se presente. Este subsegmento permite a los extranjeros sumergirse en la cultura, vinculando los destinos con experiencias de sabores y tradiciones, mientras que otros segmentos ofrecen los destinos con un énfasis en la admiración de la naturaleza.

Cada segmento cuenta con ventajas competitivas que colocan al país en lugares estratégicos, las escuelas de español que ofrecen una metodología de enseñanza de uno a uno permite un mejor y más rápido aprendizaje; el segmento de Bodas de Destino y Lunas de Miel que ofrece lugares para bodas o jardines con escenarios únicos para llevar a cabo las celebraciones, la cocina guatemalteca que con la fusión española y la Maya ofrece combinaciones únicas en la cocina internacional.

Dentro de la promoción que el INGUAT realiza de los destinos turísticos del país, incluye información

sobre la gastronomía tradicional del lugar. Se diseñan campañas promocionales por cada temporada turística, indicando cuáles son los destinos que se prestan para disfrutar de una mejor experiencia. La promoción se desarrolla en forma sistemática y con la constancia debida.

Se detectó la necesidad de pautar en distintos medios de comunicación, nacional e internacional, la promoción de Guatemala como destino de turismo gastronómico; mostrando la cocina de las siete regiones turísticas, promoviéndola en ferias nacionales e internacionales de turismo y promocionando los atractivos y destinos turísticos que puedan vincularse a este segmento.

Se detectó la necesidad de medir la percepción del visitante sobre la gastronomía guatemalteca; para lo cual se deben agregar preguntas a la encuesta de gasto turístico realizada anualmente por el INGUAT, sobre el consumo de alimentos de los visitantes para realizar un análisis de mercado que determine la magnitud de la demanda del segmento, estableciendo el perfil del visitante y su preferencia por la cocina tradicional en congresos y convenciones de profesionales y de empresas a nivel nacional e internacional, así como en eventos oficiales de gobierno. Promover la gastronomía guatemalteca tradicional en congresos y convenciones de profesionales y de empresas a nivel nacional e internacional, así como en eventos oficiales de gobierno.

Es necesario gestionar espacios en medios



de comunicación social para dar a conocer la cocina guatemalteca por regiones turísticas, publicar periódicamente las recetas de platillos guatemaltecos ganadores en eventos a nivel municipal, departamental, nacional e internacional; crear imagen promocional de cada región turística en base a su cocina y platillos emblemáticos; promover el *Día Nacional de la Gastronomía Guatemalteca* y promocionar en medios de comunicación social fechas en las que se pueden consumir ciertos platillos tradicionales; coordinar con los operadores de turismo la inclusión de la cocina guatemalteca en sus diferentes recorridos, instaurarla y celebrarla.

También existe la necesidad de promocionar al país como destino turístico en este segmento a nivel nacional e internacional, a través de campañas publicitarias exaltando la riqueza culinaria de las siete regiones turísticas del país, combinándola con información de sus atractivos culturales y naturales; utilizándola como ancla para extender la estadía del visitante en los destinos turísticos del país; promoviéndola como producto turístico que pueda ser consumido por visitantes en eventos varios en las distintas regiones del país.

Es necesario sensibilizar a prestadores de servicios en este segmento de adaptar recetas al gusto del visitante, modificar la proporción de ingredientes para que no causen malestar al comensal, incluso para personas que no puedan consumir determinados alimentos tales como los celiacos por el gluten, los diabéticos por la glucosa y los

vegetarianos y veganos que consumen ciertos vegetales y frutas, entre otros.

Existe la necesidad de sistematizar y socializar información generada en las visitas de chefs y cocineros internacionales; trabajar con actores locales de la cocina nacional para que pueda llegar a ser por sí misma un producto turístico; incluir dentro del cuestionario de la encuesta del gasto promedio preguntas adicionales que permitan obtener más información sobre el perfil del visitante en lo que respecta a este segmento turístico.

### ◆ Promoción de la oferta

Como se describe al inicio de este documento, el objetivo general es posicionar a Guatemala como destino de turismo gastronómico a nivel internacional poniendo en valor el producto para atender los requerimientos de la demanda en las distintas regiones del país.

La gastronomía cada vez adquiere más importancia como motivación secundaria en el momento de elegir destino. Prueba de ello es que, de acuerdo con recientes investigaciones, comer en restaurantes es la segunda actividad favorita de los turistas internacionales que visitan Estados Unidos, y la número uno para los viajeros estadounidenses en sus desplazamientos por ocio a otros países (OMT, 2019).



Foto: David Chavarría. Sabores de la feria.



El contexto de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, resalta que una de las metas es erradicar la pobreza en todas sus dimensiones y constituye además, uno de los más importantes desafíos. De manera que la elaboración de la Estrategia debe dirigirse a cumplir con las metas de esta agenda, en cuanto a generar fuentes de trabajo, alianzas productivas, cuidado del ambiente, entre otros.

Según la Estrategia y plan de acción que presentó la OMT, en el 2017, el turismo gastronómico se perfila como un recurso indispensable que añade valor y proporciona soluciones a la necesidad creciente de los destinos, de diferenciarse y ofrecer productos únicos. Como una de las principales líneas de acción, se creó la Red de Gastronomía de la OMT, que forma parte del Código de Ética Mundial para promover el turismo sostenible y responsable. Dicha red se constituye en fuente de información sobre tendencias a nivel mundial sobre el segmento que busca experiencias gastronómicas en los destinos turísticos.



Foto: INGUAT, Gallina en crema.

En cuanto a la promoción y mercadeo, la recomendación principal es que la promoción y estrategia de comunicación apele a las emociones y experiencias que tenga un visitante de manera más profunda y significativa.

En el Segundo Informe Global de Turismo Gastronómico de la OMT, se resalta que, entre las principales motivaciones de los turistas al viajar, la experiencia culinaria, es tan importante como visitar un museo, disfrutar de la arquitectura de un destino o el conocimiento propio de la cultura. Es decir, que este segmento toma cada vez más relevancia como uno de los principales motivos de viaje. En este informe un 87% de los países encuestados por la OMT cree que es un distintivo y un elemento estratégico para definir la imagen y la marca de sus destinos. La mayoría de los países están altamente convencidos de que la gastronomía se ha convertido en una fuerza que marcará el desarrollo de los destinos turísticos. Aunque la mayoría de los visitantes contesten que la decisión de su viaje se fundamenta en un motivo cultural, indican que la naturaleza y la experiencia de degustar la cocina local son muy importantes.

Uno de los elementos destacados en el estudio de la OMT, es que los destinos en Latinoamérica están siendo mejor identificados por el factor gastronómico en comparación con los destinos europeos. Algunos ejemplos de países en la región latinoamericana que encabezan el listado de posicionamiento en este sector son: Perú, México, Argentina y Colombia. Unos con más reconocimiento internacional que otros, pero con estrategias bien definidas y continuas para aumentar su posicionamiento.

El objetivo de mercadeo y promoción será posicionar la oferta gastronómica y a Guatemala como un destino de turismo en este segmento tanto en el ámbito nacional, así como en los mercados emisores prioritarios para el país. La visión a largo plazo será posicionar a Guatemala como un referente de oferta gastronómica a nivel mesoamericano.

El objetivo de fomentar el posicionamiento se debe a que actualmente, el turismo está aumentando a nivel global y muchos países han fomentado esta actividad como principal política de Estado. El aumento del turismo vinculado a la cocina local se relaciona directamente al aumento que tienen las actividades culturales, los valores éticos y la sostenibilidad.

Los viajeros en la actualidad tienen más experiencia y conocen más del destino con antelación, buscan adentrarse en la cultura del país que visitarán, a sus tradiciones y a sus costumbres. Es ahí donde reside la importancia de la cocina local para el turismo, el tener un contacto directo con las raíces de la cultura, buscar lo auténtico del destino que se visita.

Análisis de algunas estrategias en Latinoamérica:  
a) Colombia: Desarrollo de clusters por región gastronómica: La canasta Ancestral y Bogotá, una ciudad gastronómica, b) México: Turismo Gastronómico como política pública de Guanajuato y c) Mendoza, Argentina: Creación y evolución de un destino gastronómico.

El trabajo de crear y reforzar la marca país relacionándola con este segmento del turismo, podrá acompañarse de una estrategia relacionada a la gastronomía guatemalteca que incluya la declaratoria de ingredientes vernáculos, con denominación de origen y patrimonio cultural de la nación.

Innovación en la forma de presentar los platillos y su vinculación con las personas. La innovación es fundamental en este mercado tan competitivo, preservando la identidad y la autenticidad. Se proponen dentro de esta línea las siguientes actividades, por ejemplo: *Storytelling* - los personajes detrás de los platillos y programas de comida guatemalteca fusión.



Exaltar los cultivos y productos tradicionales y su historia en Guatemala, como un país eminentemente agrícola y con una larga tradición en el cultivo de ciertos productos, puede fortalecer el mensaje de autenticidad. Se proponen estrategias de comunicación conjunta con principales asociaciones o representantes de cultivos y, o productos como café, azúcar, arveja china, ron, entre otros.

Fomentar las formas de consumo - Programa de promoción nacional. Esto implica dar a conocer cómo el guatemalteco consume tradicionalmente las comidas a diario o las más populares; para esto existe un programa de comedores o restaurantes de comida guatemalteca y un programa de promoción y divulgación de comidas con tradición en fechas especiales. Se recomienda vincular los ingredientes o platillos al territorio nacional: promover las rutas y circuitos turísticos relacionados con productos gastronómicos por región. La diferenciación reforzará la identidad de las distintas regiones y su identificación con algunos productos o platillos. Algunas acciones de promoción son las campañas de: la Ruta del Cacao, la Ruta del Ron y la Ruta del azúcar, por mencionar algunas.

Desarrollo de material digital e impreso (documentales y promocionales), para contar con inventario de platillos tradicionales más emblemáticos por región turística; así como los utensilios especiales para prepararlo. Promover encuentros culinarios y cocineras tradicionales en Guatemala, participación en ferias y eventos culinarios, programa de reconocimientos a chefs,

programa de promoción de mercados regionales (farmers market) y plataforma con los actores de la cocina local.

Internacionalización y desarrollo de mercados: En el informe de la OMT destaca que un 24.6% de los países ha destinado recursos para la promoción de su turismo gastronómico. Estos países asignan un promedio de 20% para las actividades propias de promoción de este segmento, sin embargo, no se cuenta con información detallada de la inversión por falta de medición de indicadores de resultados o por falta de presupuesto. Una de las principales recomendaciones es que los destinos enfoquen sus recursos en la promoción de ingredientes o comidas específicas, así como en experiencias únicas.

Para que la estrategia de promoción y publicidad de Turismo Gastronómico de Guatemala sea efectiva, se debe asignar presupuesto anual de mercadeo para su ejecución. (OMT, 2017). El objetivo de este eje estratégico es posicionar la oferta en los destinos turísticos de este segmento, sistematizando los mecanismos para investigar, medir, coordinar y divulgar la información bajo la marca país a nivel nacional e internacional que contribuya a la mejora de la imagen de Guatemala.

Para el efecto se debe posicionar, promover y fortalecer la imagen de Guatemala como un destino de turismo en este segmento a nivel nacional e internacional de manera responsable y competitiva en mercados clave, estratégicos y de oportunidad, que supere las expectativas de los visitantes.



Foto: INGUAT. Semillas de cacao.



**Tabla 17**  
**Análisis de competencia**

|                    |                                          | Cercanos a Guatemala |          |           |            |        |        |        | Media distancia |      |         |       | Lejanos a Guatemala |         |           |           |       |       |         |       |               |                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------|------------------------------------------|----------------------|----------|-----------|------------|--------|--------|--------|-----------------|------|---------|-------|---------------------|---------|-----------|-----------|-------|-------|---------|-------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Segmento           | Actividad                                | El Salvador          | Honduras | Nicaragua | Costa Rica | Panamá | Belice | México | Colombia        | Perú | Ecuador | Chile | Egipto              | Turquía | Indonesia | Tailandia | India | Kenia | Nigeria | Nepal | Observaciones |                                                                                                                                                                                                                             |
| Turismo de cultura | Turismo religioso                        | 1                    |          |           |            |        |        | 3      | 3               | 3    | 1       |       | 3                   | 3       | 3         | 3         | 3     |       |         |       |               | Para el segmento de turismo cultural, México representa el principal competidor para Guatemala en destino de corta distancia, seguido por Belice.                                                                           |
|                    | Arqueología precolombina                 | 1                    | 3        |           |            |        | 3      | 3      | 3               | 3    | 3       | 3     | 3                   | 3       | 3         | 3         | 3     |       |         |       | 3             |                                                                                                                                                                                                                             |
|                    | Turismo con gestión comunitaria          | 3                    | 3        | 3         | 3          | 3      | 3      | 3      | 3               | 3    | 3       | 3     |                     | 3       | 3         | 3         | 3     | 3     | 3       | 3     | 3             | Como países competidores de media distancia, Guatemala compite fuertemente con Colombia, Ecuador y Chile.                                                                                                                   |
|                    | Ciudades coloniales y centros históricos | 1                    | 1        | 3         | 1          | 3      | 0      | 3      | 3               | 3    | 3       | 3     | 3                   | 3       | 3         | 3         | 3     |       |         |       | 3             | Como países lejanos a Guatemala se identificó a Indonesia, India y Nepal, como principales competidores en turismo cultural.                                                                                                |
|                    | Cultura (Maya, garífuna, xinca)          |                      | 3        | 3         | 0          | 3      | 3      | 3      | 3               | 3    | 3       | 3     | 0                   | 3       | 3         | 3         | 3     | 3     | 3       | 3     | 3             | En la actividad de gastronomía a corta distancia la principal competencia de Guatemala es México, a mediana distancia Colombia, Perú y Chile. Y a larga distancia con Egipto, Turquía, Indonesia, Tailandia, India y Nepal. |
|                    | Gastronomía                              | 2                    | 1        | 3         | 0          | 0      | 3      | 3      | 3               | 3    | 3       | 1     | 3                   | 3       | 3         | 3         | 3     | 3     | 0       | 0     | 3             |                                                                                                                                                                                                                             |
|                    | Artesanías                               | 1                    | 1        | 1         | 1          | 1      | 0      | 3      | 3               | 3    | 3       | 3     | 3                   | 3       | 3         | 3         | 3     | 3     | 3       | 3     | 3             |                                                                                                                                                                                                                             |





## ◆ Ferias y festivales

Este es uno de los rubros más importantes de la Estrategia, dado que en estos eventos se da la oportunidad de presentar al público en general, el patrimonio cultural de las distintas localidades. En el diagnóstico se determinó que muchas ferias y festivales ya se realizan desde hace algún tiempo y se identificó la necesidad de organizar un evento anual de mucho alcance y de grandes dimensiones en cada una de las regiones turísticas.

Se recomienda crear una línea gráfica de ferias y festivales, actualizar listas de actores en las ferias y festivales gastronómicos de la Ciudad de Guatemala; Retalhuleu, Guatemala; Mazatenango, Champerico, Sacatepéquez (La Antigua Guatemala), Livingston, Chimaltenango, Monterrico, y Alta Verapaz. Además de las actividades temáticas Festival del Níspero (San Juan del Obispo, Antigua Guatemala), Festival del Chocolate en Quetzaltenango, Festival del Melocotón en Quetzaltenango, Feria turística y festival gastronómico de Petén, (festival Izabal Gastronómica (varía municipio), Festival de la manía en Chiquimula, Festival del Café en Chimaltenango y en Sololá, Feria del Café y del cacao en Alta Verapaz, Congreso de turismo y gastronomía, actividad de Feria Alimentaria, Feria Internacional de Gastronomía -FIBEGA-.

Participación del INGUAT en el Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT (Realizada cada dos años en San Sebastián, España, intercalando

con los países que soliciten ser sede). Encuentro de cocineras tradicionales de las siete regiones turísticas del país, mejoramiento del área gastronómica del mercado de artesanías de la zona 13 de la ciudad de Guatemala y promoción de la declaratoria del "Día Nacional de la Gastronomía Guatemalteca", el 18 de junio de cada año.

## ◆ Relaciones públicas

Con frecuencia los medios de comunicación social son invitados a participar en los eventos en donde se muestra la cocina guatemalteca, también en eventos de tipo internacional. Sin embargo, no se da cobertura a todos los eventos realizados en el país.

En el diagnóstico se estableció la necesidad de publicar artículos periodísticos sobre esta temática publicados por periodistas, directores y propietarios de medios de comunicación social nacionales e internacionales en Guatemala; realizar viajes de familiarización y prensa a destinos y rutas gastronómicas; promover encuentros entre patrocinadores y organizadores en las regiones turísticas del país y sistematizar la información por regiones turísticas indicando fecha, lugar y descripción del mismo.





# Objetivo estratégico

Posicionar destinos, y productos para el segmento turístico gastronómico bajo la marca país a nivel nacional e internacional; que contribuya a la mejora de la imagen del país.

## Plan de acción

**Tabla 18**  
**Análisis de competencia internacional**

| Proyectos / Actividades                                                                 | Años |      |      |      |      |      |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                         | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Estudio sobre el análisis de destinos gastronómicos competidores a nivel internacional. |      |      |      |      |      |      |      |



Foto: Regina Aquino. Chojín Bataneco.



**Tabla 19**  
**Promoción de la oferta turística**

| Proyectos / Actividades                                                                                                                                                                 | Años |      |      |      |      |      |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                                                         | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Crear imagen promocional de cada región turística en base a sus platillos emblemáticos.                                                                                                 |      |      |      |      |      |      |      |
| Promover ampliación de la oferta gastronómica en el país                                                                                                                                |      |      |      |      |      |      |      |
| Promocionar en medios de comunicación social el calendario gastronómico de las siete regiones turísticas del país                                                                       |      |      |      |      |      |      |      |
| Gestionar espacios en medios de comunicación social para dar a conocer la gastronomía guatemalteca.                                                                                     |      |      |      |      |      |      |      |
| Publicar periódicamente recetas ganadoras en distintos eventos a nivel nacional, regional, departamental y municipal.                                                                   |      |      |      |      |      |      |      |
| Publicar trimestralmente el boletín de turismo gastronómico en medios digitales a nivel nacional.                                                                                       |      |      |      |      |      |      |      |
| Promover la gastronomía guatemalteca en congresos, convenciones y actividades oficiales de gobierno a nivel nacional e internacional, especialmente en los eventos que apoya el INGUAT. |      |      |      |      |      |      |      |
| Sensibilizar a operadores de turismo para incluir la gastronomía guatemalteca y el turismo gastronómico en sus paquetes turísticos.                                                     |      |      |      |      |      |      |      |

**Tabla 20**  
**Ferias y festivales turísticas**

| Proyectos / Actividades                                                                                       | Años |      |      |      |      |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                               | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Elaborar guía práctica para la organización de ferias y festivales gastronómicos y creación de línea gráfica. |      |      |      |      |      |      |      |
| Apoyar la realización de ferias y festivales de gastronomía guatemalteca.                                     |      |      |      |      |      |      |      |
| Feria Alimentaria y Festival Gastronómico en la Ciudad de Guatemala, y el Congreso de restaurantes.           |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival Gastronómico de Guatemala (Retalhuleu).                                                              |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival Gastronómico en Mazatenango.                                                                         |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival de Gastronomía de Champerico.                                                                        |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival Gastronómico de Sacatepéquez (en la Antigua Guatemala).                                              |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival del Níspero (San Juan del Obispo, Antigua Guatemala).                                                |      |      |      |      |      |      |      |



| Proyectos / Actividades                                                                                                              | Años |      |      |      |      |      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                      | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Festival del Chocolate en Quetzaltenango.                                                                                            |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival del Melocotón en Quetzaltenango.                                                                                            |      |      |      |      |      |      |      |
| Feria turística y Festival Gastronómico de Petén                                                                                     |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival Izabal Gastronómica (varía municipio).                                                                                      |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival Gastronómico de Livingston.                                                                                                 |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival de la Manía en Chiquimula.                                                                                                  |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival Gastronómico en Chimaltenango.                                                                                              |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival Gastronómico de Monterrico.                                                                                                 |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival del Café en Chimaltenango                                                                                                   |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival del Café en Sololá.                                                                                                         |      |      |      |      |      |      |      |
| Festival Gastronómico de Alta Verapaz.                                                                                               |      |      |      |      |      |      |      |
| Feria del café, cardamomo y cacao en Alta Verapaz                                                                                    |      |      |      |      |      |      |      |
| Participación del INGUAT en FIBEGA.                                                                                                  |      |      |      |      |      |      |      |
| Participación del INGUAT en el Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT (en España).                                           |      |      |      |      |      |      |      |
| Encuentro de cocineras tradicionales de las siete regiones turísticas del país.                                                      |      |      |      |      |      |      |      |
| Celebrar el <i>Día Nacional de la Gastronomía Guatemalteca</i> y el <i>Día Mundial de la Gastronomía</i> el 18 de junio de cada año. |      |      |      |      |      |      |      |
| Declaratorias de destinos turísticos.                                                                                                |      |      |      |      |      |      |      |

**Tabla 21**  
**Relaciones públicas**

| Proyectos / Actividades                                                                                                                                        | Años |      |      |      |      |      |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                                | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Realizar viajes de familiarización y prensa con medios nacionales e internacionales del segmento de turismo gastronómico                                       |      |      |      |      |      |      |      |
| Sociabilizar la ENTG ante los actores involucrados para su conocimiento y aplicación.                                                                          |      |      |      |      |      |      |      |
| Promover la creación de la Academia de Gastronomía de Guatemala.                                                                                               |      |      |      |      |      |      |      |
| Gestión para nominar a Guatemala en concursos a nivel internacional como el <i>Latin's American 50 Best Restaurant</i> , <i>The Bocuse d'Or</i> , entre otros. |      |      |      |      |      |      |      |





PROGRAMA NACIONAL DE  
SEGURIDAD TURÍSTICA







# Diagnóstico

## ◆ Protección y asistencia al turista

Es responsabilidad del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, llevar un registro de las empresas gastronómicas que solicitan su Licencia Sanitaria (según el Decreto de Salud de Guatemala todas las empresas que manipulan alimentos deben contar con dicha licencia). Se necesita que el registro recopile información sobre el personal y el puesto que ocupan, siendo necesario que este ministerio evalúe la posibilidad de acortar el plazo de la vigencia de 2 años.

En el tema de salud se detectó el problema de la inadecuada manipulación de alimentos, licencias sanitarias, medidas de higiene, indumentaria para la preparación de alimentos, recolección, manejo y disposición final de desechos sólidos y líquidos de establecimientos de comida, servicios sanitarios, la alta inversión que representa el estudio de impacto ambiental para restaurantes, certificaciones, sellos. Los actores involucrados son el Ministerio de Salud y asistencia social, el Ministerio de Ambiente y de Recursos Naturales.

Se recomienda celebrar convenios de cooperación con instituciones rectoras del turismo nacional y de otros países para promover su desarrollo. Se han suscrito convenios de cooperación nacional e internacional, sin embargo es necesario utilizar estos mismos mecanismos para formalizar la colaboración entre actores; elaborar un plan operativo anual en donde, además, del sector público se tome en cuenta la opinión de la población local, especialmente de chefs y cocineros que ofrecen sus servicios en el destino.

## ◆ Programa de salud

En el diagnóstico se estableció la necesidad de promover el cumplimiento de la normativa municipal para mejorar aspectos como: orden, ornato, higiene, seguridad en el interior y alrededor de establecimientos de alimentos y bebidas, calidad de los mismos y atención al cliente.



Foto: INGUAT.



# Objetivo estratégico

Fortalecer los mecanismos de prevención y asistencia al turista nacional y extranjero en rutas y destinos de turismo gastronómico.

# Plan de acción

**Tabla 22**  
**Entorno de establecimientos gastronómicos**

| Proyectos / Actividades                                                                                                          | Años |      |      |      |      |      |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                  | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Facilitar gestión para obtención de licencias sanitarias y de estudios de impacto ambiental para establecimientos gastronómicos. |      |      |      |      |      |      |      |
| Sensibilizar a las autoridades locales para mejorar el entorno de establecimientos gastronómicos.                                |      |      |      |      |      |      |      |



Foto: JMB, Shecas.



# EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA









# Evaluación y seguimiento de la Estrategia

Como elemento vital se percibió la necesidad de realizar acciones de evaluación y seguimiento de la Estrategia, elaborar el plan operativo anual de las mesas locales de gastronomía, medir alcance de metas de comunidades beneficiadas, elaborar instrumentos para levantar datos estadísticos sobre el comportamiento de este segmento de turismo y crear un modelo de seguimiento y evaluación con indicadores que permitan medir su avance.

El seguimiento y evaluación de la Estrategia está a cargo del INGUAT en su calidad de ente rector de la actividad turística en el país, con la participación de actores clave que se integren a esa instancia. La evaluación debe ser anual para verificar los logros y dificultades, haciendo las correcciones

que correspondan con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos.

Para medir la evolución del mismo, se hace necesario como primer paso, establecer su situación actual; posteriormente, se deben revisar los objetivos propuestos y las actividades que se realizarán para lograrlos; establecer las variables que determinan el éxito de los aspectos anteriormente mencionados y finalmente, determinar el estado de avance y los impactos que se manifiestan en las distintas regiones turísticas del país. Los indicadores se establecieron con fundamento en la línea base, la cual se elaboró preliminarmente en la etapa de diagnóstico de la presente Estrategia.



Foto: INGUAT



# Plan de acción

Tabla 23  
Evaluación y seguimiento

| Proyectos / Actividades                                                                                                                               | Años |      |      |      |      |      |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                       | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Integrar comisión encargada de evaluar y dar seguimiento a la Estrategia.                                                                             |      |      |      |      |      |      |      |
| Elaborar instrumentos de medición estadística para medir los avances del segmento de turismo gastronómico.                                            |      |      |      |      |      |      |      |
| Dar seguimiento a la ejecución del plan de acción propuesto en la Estrategia, así como de las actividades de las mesas de turismo gastronómico local. |      |      |      |      |      |      |      |



Foto: INGUAT. Enchiladas.





FICHAS DE ACTIVIDADES Y PROYECTOS









## COMPONENTE 1 EJE ESTRATÉGICO 1 MARCO INSTITUCIONAL

### FICHA DE PROYECTO No.1

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                        |                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Marco Institucional                                                                                                                    | Nombre del proyecto:                                                                                        |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                        | Fortalecimiento de la sección de Patrimonio Cultural del Departamento de Planeamiento Turístico del INGUAT. |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 1.1                                                                                                                                    |                                                                                                             |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                        |                                                                                                             |
| Fortalecimiento de la sección de Patrimonio Cultural del INGUAT a través de la contratación de un asistente que apoye las acciones propias de la Institución plasmadas en esta Estrategia; para este propósito es necesario hacer la asignación presupuestaria correspondiente                                                                 |                                                                                                                                        |                                                                                                             |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Objetivo:                                                                                                                              |                                                                                                             |
| A) Contratación de una persona con perfil profesional.<br><br>b) Asignación de presupuesto del INGUAT para cubrir los compromisos adquiridos en la Estrategia.<br><br>c) Capacitación para el personal de la sección.<br><br>d) Adquisición de mobiliario y equipo.<br><br>e) Ampliación del espacio físico dentro de las oficinas del INGUAT. | Contar con una sección de Patrimonio Cultural del INGUAT fortalecida que pueda dar seguimiento a la implementación de esta Estrategia. |                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Resultados esperados:                                                                                                                  |                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Sección de Patrimonio Cultural del INGUAT fortalecida, con recurso humano y financiero.                                                |                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Entidad responsable:                                                                                                                   |                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | INGUAT.                                                                                                                                |                                                                                                             |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Costo:                                                                                                                                 |                                                                                                             |
| 2019-2020.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Ver anexo I                                                                                                                            |                                                                                                             |

### FICHA DE PROYECTO No.2

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                            |                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                                                                               | Marco Institucional                                                                                                                        | Nombre del proyecto:                                                                                                         |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                            | Integrar segmento de turismo gastronómico a mesas departamentales de turismo como tema prioritario en sus planes de trabajo. |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 1.2                                                                                                                                        |                                                                                                                              |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                            |                                                                                                                              |
| Conformar grupos de trabajo de gastronomía local para integrarlos a las mesas departamentales de turismo ya existentes, asignar un representante del sector que promueva el desarrollo y fortalecimiento de la oferta para el segmento de turismo gastronómico.                                |                                                                                                                                            |                                                                                                                              |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Objetivo:                                                                                                                                  |                                                                                                                              |
| a) Capacitar a delegados regionales y subregionales, delegados de información turística y personal de PROATUR del INGUAT en el tema de turismo gastronómico.<br><br>b) Abrir un espacio dentro de la mesa departamental de turismo para un representante del segmento de turismo gastronómico. | Promover el segmento de turismo gastronómico a través de acciones concretas dentro del plan anual de las mesas departamentales de turismo. |                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Resultados esperados:                                                                                                                      |                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Segmento de turismo gastronómico incluido en las mesas departamentales de turismo.                                                         |                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Entidad responsable:                                                                                                                       |                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                | INGUAT y Mesas.                                                                                                                            |                                                                                                                              |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                                                                          | Costo:                                                                                                                                     |                                                                                                                              |
| 2019-2020                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Ver anexo I                                                                                                                                |                                                                                                                              |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.3                                                                                                                                                                                                                                                           |                     |                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                             | Marco Institucional | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                    |                     | Suscribir convenios de cooperación con Autoridades Nacionales de Turismo -ANT-, universidades nacionales e internacionales y otras organizaciones para fortalecer el recurso humano de la cadena de valor del turismo gastronómico. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                 | 1.3                 |                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                 |                     |                                                                                                                                                                                                                                     |
| Suscribir convenios de cooperación con universidades para la preparación de estudiantes en gastronomía que satisfagan requerimientos de la demanda laboral. Para el efecto se debe actualizar los pensum de acuerdo a la demanda de los empresarios y a las tendencias del mercado. |                     |                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                 |                     | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                                                                    |
| a) Identificar las instituciones nacionales e internacionales con las que ofrezcan apoyo para fortalecer el recurso humano.<br>b) Acercamiento con las instituciones identificadas.<br>c) Suscripción de convenios de cooperación.                                                  |                     | Fortalecer las capacidades del recurso humano del sector para atender los requerimientos de la demanda actual.                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                     | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                     | Convenios suscritos entre el INGUAT y universidades nacionales e internacionales.                                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                     | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                     | COMATUR, INGUAT y otros.                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                        |                     | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                                                                       |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                           |                     | Ver anexo I                                                                                                                                                                                                                         |

| COMPONENTE 1 EJE ESTRATÉGICO 2<br>SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                  |                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| FICHA DE PROYECTO<br>No.4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                  |                                                                                           |
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Sistema de Información Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                               |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                  | Elaboración del estudio de investigación de mercado del segmento de turismo gastronómico. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2.1                              |                                                                                           |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                  |                                                                                           |
| El Departamento de Investigación de Mercados del INGUAT deberá agregar a la encuesta del gasto, preguntas sobre turismo gastronómico para realizar un análisis de mercado que permita determinar la magnitud de la demanda del segmento de turismo gastronómico, el perfil del visitante, así como su percepción y preferencia por la cocina guatemalteca. |                                  |                                                                                           |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                  | <b>Objetivo:</b>                                                                          |
| a) Incluir en la encuesta de calidad del gasto preguntas específicas sobre el comportamiento del segmento de turismo gastronómico.<br>b) Elaborar el perfil del visitante que viene a Guatemala por turismo gastronómico.                                                                                                                                  |                                  | Conocer el perfil del turista gastronómico residente y no residente en el país.           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                  | <b>Resultados esperados:</b>                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                  | Contar con el perfil del visitante del segmento de turismo gastronómico.                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                  | <b>Entidad responsable:</b>                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                  | INGUAT y otros.                                                                           |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                  | <b>Costo:</b>                                                                             |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                  | Ver Anexo I.                                                                              |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.5                                                                                                                                                                                                                                |                                  |                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                  | Sistema de Información Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                         |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                         |                                  | Sistematizar la información de eventos gastronómicos por región.                                                                                                                    |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                      | 2.2                              |                                                                                                                                                                                     |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                      |                                  |                                                                                                                                                                                     |
| Sistematizar la información de eventos gastronómicos por regiones turísticas indicando fecha, lugar y descripción, recopilando los datos en las localidades en donde se llevan a cabo los eventos. Publicar esta información en el sitio web del INGUAT. |                                  |                                                                                                                                                                                     |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                      |                                  | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                    |
| a) Recopilar la información sobre las actividades a realizar.                                                                                                                                                                                            |                                  | Mantener informados a operadores de turismo y público en general de los eventos gastronómicos que se llevarán a cabo durante el año en los diferentes destinos turísticos del país. |
| b) Ordenar la información                                                                                                                                                                                                                                |                                  |                                                                                                                                                                                     |
| c) Publicar en medios de comunicación la información sobre eventos gastronómicos.                                                                                                                                                                        |                                  | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                          |                                  | Fichas técnicas y calendario de actividades de turismo gastronómico publicado en el sitio web del INGUAT <a href="http://www.visitguatemala.com">www.visitguatemala.com</a>         |
|                                                                                                                                                                                                                                                          |                                  | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                          |                                  | INGUAT                                                                                                                                                                              |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                             |                                  | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                       |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                |                                  | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                        |

### COMPONENTE 1 EJE ESTRATEGICO 3 INSTANCIAS NACIONALES E INTERNACIONALES

| FICHA DE PROYECTO<br>No.6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                         |                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Instancias Nacionales e Internacionales | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                  |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                         | Incentivar al cuerpo diplomático acreditado en Guatemala y guatemalteco acreditado en el extranjero para promover el segmento de turismo gastronómico.                       |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3.1                                     |                                                                                                                                                                              |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                         |                                                                                                                                                                              |
| Promover el segmento de turismo gastronómico a través del cuerpo diplomático acreditado en Guatemala invitándolos a conocer la gastronomía en las distintas regiones turísticas del país; y en el extranjero a través de embajadores guatemaltecos con actividades gastronómicas y culturales con participación de cocineras tradicionales, chefs del país. |                                         |                                                                                                                                                                              |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                         | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                             |
| a) Crear guía de turismo gastronómico para sensibilizar al cuerpo diplomático acreditados en Guatemala.                                                                                                                                                                                                                                                     |                                         | Contar con el apoyo del cuerpo diplomático acreditado en Guatemala y entidades de cooperación internacional, para la divulgación del segmento de turismo culinario del país. |
| b) Hacer giras a las rutas y destinos gastronómicos con los embajadores de otros países acreditados en el país.                                                                                                                                                                                                                                             |                                         |                                                                                                                                                                              |
| c) Compartir con los embajadores acreditados en Guatemala y en el extranjero el libro "Turismo y Gastronomía de las Siete Regiones Turísticas de Guatemala".                                                                                                                                                                                                |                                         | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                         | Turismo gastronómico difundido a través del cuerpo diplomático.                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                         | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                         | INGUAT, MINEX y otros.                                                                                                                                                       |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                         | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                         | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                 |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.7                                                                                                                                                             |                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                               | Instancias Nacionales e Internacionales | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                      |                                         | Integración de Guatemala a la Red Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT.                                                                                                                                                                                                |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                   | 3.2                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                   |                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Solicitar oficialmente la integración de Guatemala en la Red Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT.                                                                               |                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                   |                                         | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                                                                                                            |
| a) Elaborar la solicitud oficial con firma del señor director general del INGUAT dirigido al secretario general de la OMT.<br>b) Dar seguimiento a la gestión descrita anteriormente. |                                         | Formar parte del grupo de países que a nivel mundial están generando acciones en beneficio del desarrollo del turismo gastronómico.                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                       |                                         | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                       |                                         | a) Ser miembro de la Red Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT.<br>b) Contar con una ventana de promoción ante los países miembros de la OMT.<br>c) Recibir información sobre las acciones que se están realizando por otros países en el tema de turismo gastronómico. |
|                                                                                                                                                                                       |                                         | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                       |                                         | INGUAT.                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                          |                                         | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 2019                                                                                                                                                                                  |                                         | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                                                                                                |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.8                                                                                                                                                                                                                                                        |                                         |                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                          | Instancias Nacionales e Internacionales | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                     |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                         | Suscribir convenio de cooperación entre el <i>BasqueCulinary Center</i> y el INGUAT.                                            |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                              | 3.3                                     |                                                                                                                                 |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                              |                                         |                                                                                                                                 |
| Suscribir convenio de cooperación entre el <i>BasqueCulinary Center</i> y el INGUAT para facilitar el intercambio de conocimiento y experiencias exitosas sobre la gastronomía y su potencial para el turismo gastronómico.                                                      |                                         |                                                                                                                                 |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                              |                                         | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                |
| a) Elaborar y enviar una solicitud firmada por el director general del INGUAT dirigida al director del <i>BasqueCulinary Center</i> .<br>b) Suscribir un convenio de cooperación entre las partes.<br>c) Dar seguimiento a las acciones de cooperación entre ambas instituciones |                                         | Facilitar el intercambio de conocimiento y experiencias exitosas sobre gastronomía y su potencial para el turismo gastronómico. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                         | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                         | Convenio suscrito.<br>Intercambios de profesionales realizados.<br>Conocimientos adquiridos.                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                         | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                         | INGUAT.                                                                                                                         |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                     |                                         | <b>Costo:</b>                                                                                                                   |
| 2020                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                         | Ver Anexo I.                                                                                                                    |



## COMPONENTE 1 EJE ESTRATÉGICO 4 DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

### FICHA DE PROYECTO No.9

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Desarrollo Turístico Sostenible                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                             |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Rescatar, proteger, conservar y promover la gastronomía guatemalteca como patrimonio cultural del país. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                         |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                         |
| Rescatar, proteger, conservar y promover el patrimonio cultural gastronómico del país, compuesto por técnicas, ingredientes e instrumentos utilizados en la preparación de los alimentos.                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                         |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                         |
| a) Elaborar el inventario de la oferta culinaria de las siete regiones turísticas del país.<br><br>b) Análisis estadístico para determinar las áreas visitadas por el segmento de turismo gastronómico.<br><br>c) Talleres de sensibilización para concientizar a los propietarios de establecimientos gastronómicos para tener dentro de su oferta platillos de la cocina guatemalteca.. | a) Contar con una oferta culinaria diversa que ayude a mostrar la riqueza cultural del país para que atraiga al segmento de turismo gastronómico.<br>b) Elaborar inventario y recetas de platillos tradicionales emblemáticos de cada región turística.<br>c) Identificar las áreas visitadas por el segmento de turismo gastronómico.<br>d) Sensibilizar a propietarios de establecimientos gastronómicos acerca de la opción de ofrecer platillos tradicionales y propios de la ocasión en fechas conmemorativas, religiosas, y días de asueto o platillos inspirados en recetas e ingredientes |                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Técnicas, ingredientes e instrumentos rescatados, protegidos y promovidos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | INGUAT, CAMTUR, MCD, Mesas, Gremial de Restaurantes y otros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                         |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                         |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Ver anexo I                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                         |

### FICHA DE PROYECTO No.10

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Desarrollo Turístico Sostenible                                                                                                                                                                                             | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                     |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                             | Fortalecimiento del Centro de Documentación Turística del INGUAT en el tema de segmento de turismo gastronómico |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 4.2                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                 |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                 |
| Fortalecer el Centro de Documentación Turística -CEDITUR- del INGUAT en el tema de gastronomía guatemalteca, compilando investigaciones sobre el tema en documentos de formato físico y digital, para ponerlos a disposición del visitante y público en general. En este centro se hará disponible un espacio dedicado exclusivamente para su operación. Se harán extensiones de este centro con las entidades que muestren interés en el tema y capacidad de operar su propio centro de documentación. |                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                 |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                 |
| a) Coordinar con la jefatura del Centro de Documentación Turística -CEDITUR- la creación de un área dedicada al tema del turismo gastronómico.<br><br>b) Asignar presupuesto para la adquisición de documentos en físico y digital sobre el tema del turismo gastronómico y par<br><br>c) Promocionar la nueva área dentro de CEDITUR dedicada al segmento de turismo gastronómico.<br><br>d) Evaluar solicitudes para compartir documentos con otros centros.                                          | Contar con un espacio en el actual centro de documentación del INGUAT, para consolidar los documentos que traten sobre el tema de la gastronomía guatemalteca y poder ponerlos a disposición para las personas interesadas. |                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Espacio disponible dentro del centro de documentación del INGUAT con bibliografía sobre el tema de turismo gastronómico.                                                                                                    |                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | INTECAP, INGUAT, COMATUR, Mesas, entre otros.                                                                                                                                                                               |                                                                                                                 |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                 |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.11                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Desarrollo Turístico Sostenible | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                 | Promover la investigación sobre la cocina guatemalteca que incluya análisis comparativo en diversos tiempos históricos                                                                                                                                                                                                |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 4.3                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>Promover la investigación sobre la cocina guatemalteca que incluya análisis comparativo en diversos tiempos históricos a través de:</p> <p>a) Gestionar apoyo para los investigadores ante instancias nacionales e internacionales acreditadas en el país y en el extranjero para elaborar investigaciones sobre la gastronomía tradicional guatemalteca en diversos tiempos históricos, etapas y procesos; b) Promover ante empresas editoras en Guatemala la publicación de obras sobre gastronomía guatemalteca; c) Promover talleres para capacitar a los interesados sobre técnicas de investigación y forma de publicar sus obras tanto física como digitalmente; d) Apoyar el lanzamiento de obras sobre el tema, proporcionando espacio físico, promoción en redes sociales, convocatoria a medios de comunicación, cuerpo diplomático acreditado en el país, academia e invitados especiales y facilitación de coctel.</p> |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                 | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>a) Gestionar apoyo para los investigadores ante diferentes instancias</p> <p>b) Promover ante empresas editoras en Guatemala la publicación de obras.</p> <p>c) Promover talleres de capacitación sobre técnicas de investigación y forma de publicar sus obras.</p> <p>d) Apoyar el lanzamiento de obras sobre el tema.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | <p>a) Salvaguardar el conocimiento sobre la gastronomía guatemalteca.</p> <p>b) Documentar la historia de la gastronomía guatemalteca para su divulgación.</p> <p>c) Hacer de la investigación de la gastronomía guatemalteca una actividad viable para sus autores a través de la comercialización de sus obras.</p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | <p>a) Gastronomía documentada en sus diferentes etapas.</p> <p>b) Publicaciones sobre la gastronomía guatemalteca.</p> <p>c) Investigadores de la gastronomía guatemalteca apoyados.</p>                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | COMATUR, INTECAP, MCD, ADESCA, MINEX, PACIT (Programa de Agregados Comerciales de Inversión y Turismo), investigadores, INGUAT y otros.                                                                                                                                                                               |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                 | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 2020                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                 | Ver anexo I                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.12                                                                                                                                                                         |                                 |                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                            | Desarrollo Turístico Sostenible | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                            |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                   |                                 | Reconocer públicamente a investigadores de la gastronomía guatemalteca.                                                |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                | 4.4                             |                                                                                                                        |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                |                                 |                                                                                                                        |
| <p>Reconocimiento público a los autores de obras de investigación sobre gastronomía guatemalteca a través de entrega de diploma, trofeos, plaqueta o nombramiento como embajadores de turismo.</p> |                                 |                                                                                                                        |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                |                                 | <b>Objetivo:</b>                                                                                                       |
| <p>a) Divulgar a través de los medios de comunicación.</p> <p>b) Realizar eventos para los reconocimientos.</p> <p>c) Diseño y adquisición de reconocimientos.</p>                                 |                                 | <p>Incentivar a los expertos para que continúen con su labor sobre la investigación de la gastronomía guatemalteca</p> |
|                                                                                                                                                                                                    |                                 | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                    |                                 | Autores reconocidos públicamente.                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                    |                                 | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                    |                                 | INGUAT, MCD, CAMTUR y otros.                                                                                           |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                       |                                 | <b>Costo:</b>                                                                                                          |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                          |                                 | Ver anexo I.                                                                                                           |



### FICHA DE PROYECTO No.13

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                 |                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Desarrollo Turístico Sostenible | Nombre del proyecto:                                                                                                                  |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                 | Importancia de programas de protección y recuperación de especies de flora y fauna silvestre endémicas en peligro de extinción.       |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 4.5.1                           |                                                                                                                                       |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                 |                                                                                                                                       |
| Promover un programa de protección y recuperación de especies de flora y fauna silvestre endémicas en peligro de extinción. Conocer sobre la flora y fauna endémicas en peligro de extinción para lo cual es necesario elaborar inventario de especies para su protección y conservación. Desincentivar su consumo y dar a conocer la normativa vigente para su protección. Realizar campaña de concientización para desincentivar su consumo y promover la implementación de la normativa vigente para su protección. Promover la certificación de granjas para el cultivo y explotación racional de especies de flora y fauna silvestre como parte de la oferta gastronómica. |                                 |                                                                                                                                       |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                 | Objetivo:                                                                                                                             |
| a) Actualizar el inventario de especies para su protección y conservación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                 | Evitar el consumo de productos derivados de la flora y fauna endémica en peligro de extinción y no se ponga en peligro su existencia. |
| b) Realizar campaña de concientización para desincentivar su consumo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                 | Resultados esperados:                                                                                                                 |
| c) Promover la implementación de la normativa vigente para su protección.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                 | Programa de recuperación de especies de flora y fauna silvestre.                                                                      |
| d) Promover el cultivo y explotación racional de especies de flora y fauna silvestre como parte de la oferta gastronómica.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                 | Entidad responsable:                                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                 | CONAP, MAGA, AGEXPORT, INGUAT y otros.                                                                                                |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                 | Costo:                                                                                                                                |

### FICHA DE PROYECTO No.14

|                                                                                                                                                                                                                                                                |                                 |                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                                               | Desarrollo turístico sostenible | Nombre del proyecto:                                                                                                                                                                                            |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                                                      |                                 | Buen uso y disposición final del agua en la cadena de producción de alimentos.                                                                                                                                  |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                                                   | 4.5.2                           |                                                                                                                                                                                                                 |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                                                   |                                 |                                                                                                                                                                                                                 |
| Sensibilizar a los actores locales sobre la importancia de hacer buen uso del agua considerando la escasez que se sufre actualmente en el país, para que haya suficiente agua para productores de alimentos y población en general y haya armonía entre ambos. |                                 |                                                                                                                                                                                                                 |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                                                   |                                 | Objetivo:                                                                                                                                                                                                       |
| a) Sensibilizar a los actores locales sobre la importancia de hacer buen uso del agua.                                                                                                                                                                         |                                 | Optimizar el uso del agua por parte de los actores de la cadena productiva del segmento de turismo gastronómico para que haya disponibilidad para esta y otras actividades que requieren de este vital líquido. |
| b) Taller sobre técnica para la captación y distribución de agua para desarrollar huertos familiares.                                                                                                                                                          |                                 | Resultados esperados:                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                |                                 | Actores locales sensibilizados sobre el buen uso y disposición final del agua                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                |                                 | Entidad responsable:                                                                                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                |                                 | MARN, MAGA, MSPAS, INGUAT y otros.                                                                                                                                                                              |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                                          |                                 | Costo:                                                                                                                                                                                                          |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                      |                                 | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                                    |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.15                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                 |                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Desarrollo Turístico Sostenible | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                      |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                 | Manejo y disposición final de residuos sólidos y líquidos.                                                       |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 4.5.3                           |                                                                                                                  |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                 |                                                                                                                  |
| Sensibilizar a los actores locales que integran la cadena productiva del segmento de turismo gastronómico sobre el manejo y disposición final de residuos sólidos y líquidos considerando la reducción, reciclaje y reutilización. Teniendo presente que la mejor solución es producir menos basura para mantener limpios los destinos turísticos. Sensibilizar a chefs y cocineros sobre aprovechar al máximo los ingredientes y evitar desperdicios innecesarios. |                                 |                                                                                                                  |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                 | <b>Objetivo:</b>                                                                                                 |
| a) Talleres de sensibilización para los actores locales que integran la cadena productiva del segmento de turismo gastronómico sobre el manejo y disposición final de residuos sólidos y líquidos.<br><br>b) Maximizar los ingredientes y evitar desperdicios innecesarios.                                                                                                                                                                                         |                                 | Disminuir los impactos negativos que los residuos generados por el turismo gastronómico producen en el ambiente. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 | Actores locales sensibilizados sobre la reducción, reciclaje y reutilización de residuos sólidos.                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 | INGUAT, MSPAS, MARN, MAGA, Municipalidades y otros.                                                              |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | <b>Costo:</b>                                                                                                    |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                 | Ver Anexo I.                                                                                                     |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.16                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                 |                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Desarrollo Turístico Sostenible | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                        |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                 | Adaptación al cambio climático a través de la aplicación de buenas prácticas en el turismo gastronómico.                                                           |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 4.5.4                           |                                                                                                                                                                    |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                 |                                                                                                                                                                    |
| Sensibilizar a los actores del sector productivo sobre buenas prácticas en la cadena productiva del segmento de turismo gastronómico. Parte de esta cadena son los productos de alimentos (agricultura y ganadería), los procesadores y comercializadores para proveer los insumos que demanda el segmento. |                                 |                                                                                                                                                                    |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                 | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                   |
| a) Talleres de sensibilización en cada región turística del país.<br><br>b) Publicaciones sobre el tema.                                                                                                                                                                                                    |                                 | Crear conciencia en los productores sobre el cambio climático y sus consecuencias que afectan tanto al sector de turismo como a la actividad económica en general. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                 | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                 | Actores sensibilizados sobre el tema de cambio climático                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                 | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                 | MARN, MAGA e INGUAT.                                                                                                                                               |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                 | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                      |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                 | Ver Anexo I.                                                                                                                                                       |



### FICHA DE PROYECTO No.17

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Desarrollo Turístico Sostenible | Nombre del proyecto:                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 | Buenas prácticas en agricultura y ganadería en torno a rutas y destinos gastronómicos.                                                                                                                                                                                                |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 4.5.5                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Responder a la demanda del mercado en donde la tendencia es el consumo de alimentos orgánicos, a través de talleres de sensibilización dirigidos a los productores de alimentos para que puedan hacer un uso adecuado del abono orgánico, insecticidas y pesticidas y que estos sean amigables con el ambiente. Crear conciencia entre propietarios de restaurantes para que exijan a sus proveedores de alimentos, el uso de insumos de tipo orgánico. Coordinar con el sector público e instancias involucradas acciones para la conservación de las áreas dedicadas a la agricultura, evitando que se les cambie de uso sin justificación. |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                 | Objetivo:                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| a) Sensibilizar a productores de alimentos y prestadores de servicios gastronómicos sobre la creciente demanda de consumidores de productos tratados con abonos e insecticidas orgánicos.<br><br>b) Implementar programas de buenas prácticas dirigidos a agricultores y ganaderos que producen alimentos para la demanda del segmento de turismo gastronómico.<br><br>c) Coordinación institucional para el control del cambio de uso del suelo y conservación de áreas agrícolas.                                                                                                                                                           |                                 | a) Producir más alimentos con el menor impacto negativo en el ambiente.<br>b) Satisfacer la demanda de productos orgánicos para este segmento de mercado que está creciendo exponencialmente.<br>c) Evitar el cambio de uso de las áreas que actualmente se dedican a la agricultura. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                 | Resultados esperados:                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                 | a) Productores haciendo buenas prácticas en la agricultura y la ganadería.<br>b) Productores utilizando abono orgánico en sus plantaciones e insecticidas amigables con el ambiente.<br>c) Áreas de cultivo conservadas.                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                 | Entidad responsable:                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                 | MAGA, INAB, AGEXPORT, INGUAT y otros.                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                 | Costo:                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                                                                                                          |

### FICHA DE PROYECTO No.18

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                 |                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Desarrollo Turístico Sostenible | Nombre del proyecto:                                                                                                                                                |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                 | Recolección de excedentes de producción de alimentos generados por establecimientos gastronómicos para su distribución a los beneficiarios.                         |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 4.5.6                           |                                                                                                                                                                     |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                 |                                                                                                                                                                     |
| Concientizar a propietarios y administradores de establecimientos gastronómicos sobre la buena distribución de los excedentes de comida, teniendo el cuidado que sean porciones en buen estado y que puedan ser consumidas sin poner en peligro la salud de los beneficiarios, el cual pueden ser asilos de ancianos, albergues temporales por emergencia, etc. |                                 |                                                                                                                                                                     |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                 | Objetivo:                                                                                                                                                           |
| a) Talleres de concientización a propietarios y administradores de establecimientos gastronómicos sobre la buena distribución de los excedentes de comida.<br><br>b) Identificar empresas que se acojan al programa.<br><br>c) Identificar beneficiarios del programa.                                                                                          |                                 | Aprovechar los excedentes de alimentos de los establecimientos gastronómicos apoyando en parte a la manutención de personas que están en entidades de beneficencia. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                 | Resultados esperados:                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                 | Empresas comprometidas con la recolección de excedentes de alimentos para distribuir a entidades de beneficencia.                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                 | Entidad responsable:                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                 | Gremial de restaurantes, cámaras, INGUAT y otros.                                                                                                                   |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                 | Costo:                                                                                                                                                              |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                 | Ver Anexo I.                                                                                                                                                        |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.19                                                                                                                                                                                        |                                 |                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                           | Desarrollo Turístico Sostenible | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                          |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                  |                                 | Promover la creación y cuidado de hortalizas, huertos familiares o cultivos de traspatio.                                                            |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                               | 4.6                             |                                                                                                                                                      |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                               |                                 |                                                                                                                                                      |
| Promover en áreas rurales, especialmente cercanas a los destinos turísticos, la creación de hortalizas o huertos familiares, dando la asesoría y acompañamiento para su desarrollo.                               |                                 |                                                                                                                                                      |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                               |                                 | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                     |
| a) Talleres de sensibilización sobre el tema de las hortalizas o huertos familiares.                                                                                                                              |                                 | Promover que las familias del área rural en los destinos turísticos puedan producir vegetales para su autoconsumo y un excedente para comercializar. |
| b) Coordinar con el MAGA para promover en áreas rurales, especialmente cercanas a los destinos turísticos, la creación de hortalizas o huertos familiares, dando la asesoría y acompañamiento para su desarrollo. |                                 |                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                   |                                 |                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                   |                                 |                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                   |                                 | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                   |                                 | Huertos familiares en destinos turísticos y su entorno.                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                   |                                 | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                   |                                 | MAGA, mesas, INGUAT y otros.                                                                                                                         |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                      |                                 | <b>Costo:</b>                                                                                                                                        |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                         |                                 | Ver Anexo I.                                                                                                                                         |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.20                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                 |                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Desarrollo Turístico Sostenible | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                              |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                 | Elaborar y publicar "Guía de Buenas Prácticas de Turismo Gastronómico".                                                                                  |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 4.7                             |                                                                                                                                                          |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                 |                                                                                                                                                          |
| Elaborar y publicar guía de buenas prácticas de turismo gastronómico de forma impresa y digital, para fortalecer a los actores que conforman la cadena de valor de este segmento. Esta guía debe ser multidisciplinaria, flexible y evolutiva, que impulse la creatividad y el emprendimiento y que incorpore las últimas tendencias gastronómicas. |                                 |                                                                                                                                                          |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                 | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                         |
| a) Elaborar la guía de buenas prácticas de turismo gastronómico.                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                 | Tener una herramienta que guíe a los actores del segmento de turismo gastronómico para que esta actividad se lleve a cabo de acuerdo a buenas prácticas. |
| b) Publicar de forma impresa y digital la guía de buenas prácticas de turismo gastronómico.                                                                                                                                                                                                                                                         |                                 |                                                                                                                                                          |
| c) Elaborar videos tipo capsulas para compartir a través de redes sociales.                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                 |                                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 |                                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 | Guía de buenas prácticas de turismo gastronómico publicada.                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 | INGUAT COMATUR, INTECAP y otros.                                                                                                                         |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | <b>Costo:</b>                                                                                                                                            |
| 2020                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                 | Ver Anexo I.                                                                                                                                             |



### FICHA DE PROYECTO No.21

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Desarrollo Turístico Sostenible | Nombre del proyecto:                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                 | Sensibilizar a los actores de la cadena de valor del segmento de turismo gastronómico sobre la importancia de implementar la Ley de Acceso a personas con discapacidad.                                                                                                                             |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 4.8                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Sensibilizar a los actores de la cadena productiva del segmento de turismo gastronómico sobre la importancia de aplicar la Ley de Acceso a personas con discapacidad en establecimientos que presten servicios al público, eliminando barreras de tipo arquitectónico y de otro tipo, adaptando las instalaciones generando acciones y capacitando personal para que estas personas puedan disfrutar de la gastronomía y otras actividades turísticas. Sensibilizar la promoción de empleo para personas con discapacidad en empresas que prestan servicios a este segmento turístico. |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                 | Objetivo:                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| a) Talleres de sensibilización a los actores de la cadena productiva del segmento de turismo gastronómico sobre la importancia de aplicar la Ley.<br><br>b) Talleres de sensibilización sobre la promoción de empleo para personas con discapacidad en empresas que prestan servicios a este segmento turístico.                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                 | Sensibilizar a los actores del sector para facilitar el acceso a las personas con discapacidad en espacios en donde se desarrolle la cadena de valor del segmento de turismo gastronómico y crear las condiciones para que personas de igual condición se puedan incorporar a la actividad laboral. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | Resultados esperados:                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | Actores del segmento de turismo gastronómico debidamente sensibilizados sobre la Ley de Acceso a personas con discapacidad.                                                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | Entidad responsable:                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | INGUAT, CAMTUR, CONADI, MINTRAB, Gremial de Restaurantes y otros.                                                                                                                                                                                                                                   |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                 | Costo:                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                 | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

### COMPONENTE 2 EJE 5 CONSOLIDACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

### FICHA DE PROYECTO No.22

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                        |                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Consolidación y Diversificación de la Oferta Turística | Nombre del proyecto:                                                                                                                                                             |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                        | Construcción y equipamiento de paradores turísticos municipales a orillas de carreteras de uso turístico o próximo a ellas.                                                      |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 5.1                                                    |                                                                                                                                                                                  |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                        |                                                                                                                                                                                  |
| Identificar terrenos municipales a orillas de carreteras de uso turístico que puedan ser utilizados para la construcción de paradores municipales. Consensuar con entidades públicas y privadas, incluyendo grupos comunitarios, para su diseño de acuerdo a las necesidades y a la arquitectura de cada región. Identificar fuentes de financiamiento en entidades públicas, privadas y cooperación internacional para construcción y equipamiento de dichos sitios en donde se ofrezca gastronomía, artesanía local y otros servicios. |                                                        |                                                                                                                                                                                  |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                        | Objetivo:                                                                                                                                                                        |
| a) Identificar terrenos municipales a orillas de carreteras para la construcción de paradores municipales turísticos.<br><br>b) Diseño de acuerdo a las necesidades y a la arquitectura de cada región.<br><br>c) Identificar fuentes de financiamiento.                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                        | Disponer de paradores municipales turísticos a orillas de carreteras de uso turístico para que los visitantes puedan descansar y adquirir artesanías y gastronomía guatemalteca. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                        | Resultados esperados:                                                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                        | Paradores municipales turísticos construidos.                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                        | Entidad responsable:                                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                        | INGUAT, Cooperación Internacional municipalidades, comunidades y otros.                                                                                                          |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                        | Costo:                                                                                                                                                                           |
| 2021-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                        | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                     |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.23                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                        |                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Consolidación y Diversificación de la Oferta Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                              |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                        | Mejoramiento de puestos de venta de frutas y verduras a orillas de carreteras de uso turístico del país. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 5.2                                                    |                                                                                                          |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                        |                                                                                                          |
| En coordinación con las autoridades locales, se busca mejorar los puntos de ventas de frutas y verduras ubicados a orillas de carreteras del país, minimizando el impacto visual y creando las condiciones adecuadas para que tanto vendedor como comprador interactúen con seguridad y se respete el derecho vial. |                                                        |                                                                                                          |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                        | <b>Objetivo:</b>                                                                                         |
| a) Identificar terrenos municipales a orillas de carreteras para la construcción de paradores municipales turísticos.<br>b) Diseño de acuerdo a las necesidades y a la arquitectura de cada región.<br>c) Identificar fuentes de financiamiento.                                                                    |                                                        | Mejorar los puntos de venta de frutas y verduras ubicados a orillas de las carreteras del país.          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                        | <b>Resultados esperados:</b>                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                        | Áreas de ventas de frutas y verduras con instalaciones mejoradas.                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                        | <b>Entidad responsable:</b>                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                        | INGUAT, CIV, MSPAS, MARN, municipalidades y otros.                                                       |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                        | <b>Costo:</b>                                                                                            |
| 2021-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                        | Ver Anexo I.                                                                                             |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.24                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                        |                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                | Consolidación y Diversificación de la Oferta Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                        | Construcción y equipamiento del área de gastronomía del mercado de artesanías de la zona 13 de la Ciudad de Guatemala.     |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                    | 5.3                                                    |                                                                                                                            |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                        |                                                                                                                            |
| Construir el área de gastronomía del mercado de artesanías de la zona 13 de la ciudad de Guatemala con un diseño que permita a los chefs y cocineros de las siete regiones turísticas del país exponer y comercializar sus productos gastronómicos locales.                            |                                                        |                                                                                                                            |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                        | <b>Objetivo:</b>                                                                                                           |
| a) Diseñar área de gastronomía del mercado de artesanías.<br>b) Construir el proyecto.<br>c) Adjudicar espacios a los empresarios interesados.<br>d) Equipar el proyecto.<br>e) Capacitación continua para mantener un estándar para atención a turistas nacionales e internacionales. |                                                        | Contar con un lugar en donde productores y procesadores de alimentos puedan exponer y comercializar sus productos locales. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                        | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                        | Área construida dedicada a la gastronomía guatemalteca con estándares de calidad.                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                        | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                        | INGUAT                                                                                                                     |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                        | <b>Costo:</b>                                                                                                              |
| 2021                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                        | Ver Anexo I.                                                                                                               |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.25                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                        |                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Consolidación y Diversificación de la Oferta Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                               |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                        | Gestionar el mejoramiento de infraestructura vial relacionada con rutas y destinos de turismo gastronómico.               |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 5.4                                                    |                                                                                                                           |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                        |                                                                                                                           |
| Identificar infraestructura vial, marítima y aérea que comunique áreas de producción, procesamiento y comercialización de alimentos con atractivos y destinos turísticos; además de gestionar ante las instituciones encargadas su inmediata intervención para mantenerlas en buenas condiciones. Sensibilizar a las empresas locales de transporte terrestre, aéreo y marítimo para que evalúen las conexiones entre destinos turísticos priorizados y las rutas gastronómicas. |                                                        |                                                                                                                           |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                        | <b>Objetivo:</b>                                                                                                          |
| a) Identificar el estado de la infraestructura vial, marítima y aérea.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                        | Facilitar la conectividad entre destinos turísticos priorizados con rutas y circuitos turísticos gastronómicos.           |
| b) Solicitar las mejoras que sean necesarias.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                        | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                              |
| c) Sensibilizar a las empresas locales de transporte terrestre, aéreo y marítimo para que evalúen las conexiones entre destinos turísticos priorizados y las rutas gastronómicas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                        | Aumento de la oferta de infraestructura y transporte marítimo, aéreo y terrestre. Gestiones realizadas para dicha mejora. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                        | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                        | INGUAT, CIV, MDN, MESAS, municipalidades y otros                                                                          |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                        | <b>Costo:</b>                                                                                                             |
| 2019-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                        | Ver Anexo I.                                                                                                              |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.26                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                        |                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Consolidación y Diversificación de la Oferta Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                   |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                        | Mejoramiento de cocinas y comedores de mercados municipales.                                                                  |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 5.5                                                    |                                                                                                                               |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                        |                                                                                                                               |
| Elaborar inventario de mercados locales con potencial turístico, fortalecer la organización de propietarios y elevar su nivel de gestión, mejorar continuamente la prestación de los servicios a través de capacitaciones y asesorías, optimizar las instalaciones de las áreas de cocinas y comedores, identificar los platillos regionales y apoyar en la eficiencia de la preparación y presentación de los alimentos en un ambiente adecuado y agradable. |                                                        |                                                                                                                               |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                        | <b>Objetivo:</b>                                                                                                              |
| a) Realizar inventario de mercados municipales con potencial turístico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                        | Elevar el nivel de calidad de los servicios y productos gastronómicos en las cocinas y comedores de los mercados municipales. |
| b) Capacitar a las cocineras de los mercados municipales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                        | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                  |
| c) Brindar asesoría a las cocineras de los mercados municipales para mejorar su negocio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                        | Cocinas y comedores en mercados municipales en condiciones adecuadas para ser visitados por los turistas.                     |
| d) Coordinar con las autoridades municipales para implementar mejoras en las instalaciones del área que ocupan las cocinas y comedores en los mercados municipales.                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                        | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                   |
| e) Incluir los mercados municipales con cocinas y comedores aptos para el turismo dentro de la promoción que hace el INGUAT.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                        | COMATUR, INGUAT, Mesas, MSPAS, MARN, INTECAP, MINECO, municipalidades, inquilinos y otros.                                    |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                        | <b>Costo:</b>                                                                                                                 |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                        | Ver Anexo I.                                                                                                                  |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.27                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                               |                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Consolidación y Diversificación de la Oferta Turística                                                                        | <b>Nombre del proyecto:</b>                                             |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                               | Cambio de imagen del área de frutas y verduras de mercados municipales. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 5.6                                                                                                                           |                                                                         |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                               |                                                                         |
| Elaborar inventario de mercados locales con potencial turístico, fortalecer la organización de propietarios y elevar su nivel de gestión, mejorar continuamente la prestación de los servicios a través de capacitaciones y asesorías, optimizar las instalaciones de las áreas de frutas y verduras, identificando las propias del lugar.                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                               |                                                                         |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Objetivo:</b>                                                                                                              |                                                                         |
| f) Realizar inventario de mercados municipales con potencial turístico.<br>g) Capacitar a las cocineras de los mercados municipales.<br>h) Brindar asesoría a las cocineras de los mercados municipales para mejorar su negocio.<br>i) Coordinar con las autoridades municipales para implementar mejoras en las instalaciones del área que ocupan las cocinas y comedores en los mercados municipales.<br>j) Incluir los mercados municipales con cocinas y comedores aptos para el turismo dentro de la promoción que hace el INGUAT. | Elevar el nivel de calidad de los servicios y productos gastronómicos en las cocinas y comedores de los mercados municipales. |                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                  |                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Cocinas y comedores en mercados municipales en condiciones adecuadas para ser visitados por los turistas.                     |                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                   |                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | COMATUR, INGUAT, Mesas, MSPAS, MARN, INTECAP, MINECO, municipalidades, inquilinos y otros.                                    |                                                                         |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Costo:</b>                                                                                                                 |                                                                         |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Ver Anexo I.                                                                                                                  |                                                                         |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.28                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                  |                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Consolidación y Diversificación de la Oferta Turística                           | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                              |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                  | Mejoramiento de puestos de venta de frutas y verduras a orillas de carreteras de uso turístico del país. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 5.7                                                                              |                                                                                                          |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                  |                                                                                                          |
| Coordinar con las autoridades municipales y los inquilinos que ocupan el área de frutas a orillas de carreteras para formular un proyecto que permita mejorar su distribución e imagen, que no haya peligro para los vendedores y que haya suficiente parque para las personas que compren en estos puestos.                                                                     |                                                                                  |                                                                                                          |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Objetivo:</b>                                                                 |                                                                                                          |
| a) Identificar áreas a orillas de carreteras que actualmente se estén utilizando para la venta de frutas.<br>b) Coordinar con las autoridades locales, CIV y propietarios de los locales para proponer mejoras del área.<br>c) Capacitar a los propietarios de los puestos de venta de frutas para mejorar sus capacidades para manipular alimentos y prestar un mejor servicio. | Convertir el área de frutas a orillas de carreteras en atractivos turísticos.    |                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Resultados esperados:</b>                                                     |                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Área de frutas a orillas de carreteras con potencial turístico con mejor imagen. |                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Entidad responsable:</b>                                                      |                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | INGUAT, CIV, municipalidades y otros.                                            |                                                                                                          |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Costo:</b>                                                                    |                                                                                                          |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Ver Anexo I.                                                                     |                                                                                                          |

### COMPONENTE 3 EJE ESTRATÉGICO 6 MARCO DE COMPETITIVIDAD

#### FICHA DE PROYECTO No.29

|                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                  |                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                        | Competitividad Turística                                                                         | Nombre del proyecto:                                                                                                                                         |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                  | Crear base de datos de emprendedores y MIPYMES que necesi-<br>tan fortalecer capacidades de su personal en temas relacionados<br>con el turismo gastronómico |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                            | 6.1                                                                                              |                                                                                                                                                              |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                  |                                                                                                                                                              |
| Crear base de datos de emprendedores y MIPYMES para fortalecer las capacidades de su personal en temas relacionados con el turis-<br>mo gastronómico (aspectos legales, administrativos y financieros).                                 |                                                                                                  |                                                                                                                                                              |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                            | Objetivo:                                                                                        |                                                                                                                                                              |
| a) Elaborar diagnóstico de necesidades de capacitación sobre<br>turismo gastronómico a través de las mesas departamentales de<br>turismo.<br><br>b) Elaborar la base de datos de emprendedores y MIPYMES que<br>necesiten capacitación. | Contar con información de emprendedores y MIPYMES que re-<br>quieran fortalecer sus capacidades. |                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                         | Resultados esperados:                                                                            |                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                         | Información sobre emprendedores y MIPYMES que necesitan ser<br>fortalecidos.                     |                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                         | Entidad responsable:                                                                             |                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                         | COMATUR, MINECO, MAGA, INGUAT, MESAS y otros.                                                    |                                                                                                                                                              |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                   | Costo:                                                                                           |                                                                                                                                                              |
| 2020                                                                                                                                                                                                                                    | Ver Anexo I.                                                                                     |                                                                                                                                                              |

#### FICHA DE PROYECTO No.30

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          |                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Competitividad Turística | Nombre del proyecto:                                                                                                                  |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          | Capacitar al personal que forma parte de la cadena de valor del turismo gastronómico sobre temas de interés.                          |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 6.2                      |                                                                                                                                       |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |                                                                                                                                       |
| Fortalecer grupos organizados de turismo gastronómico en los destinos priorizados a través de talleres, capacitaciones, promoción de actividades y productos del destino en temas tales como: cultura turística, inocuidad en la manipulación y manejo de alimentos, atención apropiada a personas con discapacidad, requisitos legales y administrativos para operar adecuadamente, integración de emprendedores a la economía formal, creación e innovación de productos turísticos gastronómicos, técnicas de venta y costos, entre otros. |                          |                                                                                                                                       |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          | Objetivo:                                                                                                                             |
| a) Coordinar con los centros de capacitación para que se impartan los cursos requeridos por el sector.<br><br>b) Facilitación de los cursos en los distintos destinos turísticos del país.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          | Mejorar las capacidades de las personas que integran la cadena productiva del turismo gastronómico con base a la presente Estrategia. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          | Resultados esperados:                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          | Personas que forman parte de la cadena productiva del turismo gastronómico capacitadas.                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          | Entidad responsable:                                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          | INGUAT, INTECAP, COMATUR, CAMTUR, AGEXPORT, CIG, CCG, academias culinarias privadas y otros.                                          |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | Costo:                                                                                                                                |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                          |



### FICHA DE PROYECTO No.31

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Competitividad Turística                                                                                                                                                                                  | Nombre del proyecto:                                                                                                                                   |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                           | Diseñar e implementar un sistema de evaluación de entidades de capacitación de recurso humano dentro de la cadena productiva del turismo gastronómico. |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 6.3                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                        |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                        |
| Diseñar e implementar un sistema de evaluación de entidades que capaciten al recurso humano dentro de la cadena productiva del turismo gastronómico. Crear registro de centros de formación gastronómica, escuelas culinarias, universidades relacionadas con el tema, a nivel nacional para evaluar y supervisar su funcionamiento. Creación de distintivo para reconocer a las entidades capacitadoras que se adhieran al sistema |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                        |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Objetivo:                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                        |
| a) Elaborar un sistema de evaluación de entidades capacitadoras.<br><br>b) Creación de distintivo para reconocer a las entidades capacitadoras que se adhieran al sistema.<br><br>c) Evaluación de las entidades capacitadoras.                                                                                                                                                                                                     | Elevar la calidad de los centros de formación de profesionales de la gastronomía para asegurar que cumplan con su finalidad, tanto del pensum de estudios como sus instalaciones y equipamiento adecuado. |                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Resultados esperados:                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Pensum de estudios de centros de formación gastronómica revisados. Centros de formación con sistemas de evaluación y seguimiento implementados.                                                           |                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Entidad responsable:                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | COMATUR, INGUAT y otros.                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                        |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Costo:                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                        |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                        |

### FICHA DE PROYECTO No.32

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Competitividad Turística | Nombre del proyecto:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Programa:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          | Sensibilizar a prestadores de servicios gastronómicos para informar a comensales sobre procedencia de ingredientes, historia y técnicas de preparación de platillos guatemaltecos.                                                                                                                                                      |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 6.4                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Descripción:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Implementar campañas de sensibilización a prestadores de servicios de alimentos sobre la importancia de informar a los comensales sobre la procedencia de los ingredientes que forman parte de los platillos que están consumiendo en los restaurantes, la historia de la gastronomía guatemalteca, sus raíces y su vinculación con el Popol Vuh; así como el uso que algunas comunidades aún le dan a los utensilios de cocina de origen maya para la preparación de sus alimentos. |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Actividades:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | Objetivo:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| a) Talleres de aprendizaje de técnicas para elaborar y contar historias sobre la gastronomía guatemalteca.<br><br>b) Elaborar material escrito sobre las historias que se van a narrar en cada negocio gastronómico.<br><br>c) Plasmar en muros y otros medios las historias sobre la gastronomía guatemalteca.                                                                                                                                                                      |                          | Informar al comensal sobre la variedad de ingredientes que se utilizan para la preparación de los platillos, sus propiedades y origen, para coadyuvar al conocimiento de la cultura guatemalteca; así mismo, del uso que algunas comunidades aún le dan a los utensilios de cocina de origen maya para la preparación de sus alimentos. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | Resultados esperados:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | Empresas gastronómicas que informan a los comensales sobre la historia de los platillos que sirven, las técnicas y utensilios empleados para su elaboración.                                                                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | Entidad responsable:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | MESAS, MCD, INTECAP, COMATUR, INGUAT y otros.                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                          | Costo:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.33                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                          |                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                              |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                          | Sensibilizar a prestadores de servicios gastronómicos sobre adaptar recetas al gusto del comensal, incluyendo personas que no puedan consumir determinados ingredientes. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 6.5                      |                                                                                                                                                                          |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                          |                                                                                                                                                                          |
| Sensibilizar a prestadores de servicios gastronómicos para adaptar recetas al gusto del comensal, incluso para personas que no pueden consumir determinados ingredientes. Para el efecto se realizarán talleres en donde especialistas aborden el tema indicando los beneficios económicos para las empresas que ofrezcan estas opciones a los comensales. |                          |                                                                                                                                                                          |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                         |
| a) Talleres de sensibilización dirigida a propietarios y empleados de empresas gastronómicas.<br><br>b) Talleres de innovación para generar los platillos al gusto del cliente.                                                                                                                                                                            |                          | Ofrecer al comensal platillos gastronómicos pensando en los distintos gustos y necesidades.                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          | Empresas gastronómicas ofreciendo platillos adaptados a gustos y necesidades del comensal.                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          | INGUAT, INTECAP, Gremial de Restaurantes, Mesas, CCG, CIG, CAMTUR y otros.                                                                                               |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                            |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                                                             |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.34                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          |                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                            |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | Certificación de restaurantes con el sello de calidad en el servicio (Sello Q).        |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 6.6                      |                                                                                        |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          |                                                                                        |
| El Sello Q es un distintivo que el INGUAT otorga a empresas prestadoras de servicios turísticos que deseen implementar estándares de calidad y sostenibilidad en sus operaciones internas, garantizando de esta manera la satisfacción y confort en sus instalaciones. La certificación es un distintivo que tiene vigencia de dos años. La herramienta cuenta con requerimientos o indicadores de evaluación. Este al igual que otros distintivos de calidad permite que los visitantes identifiquen a las empresas que ofrecen estándares de calidad en sus servicios. |                          |                                                                                        |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                       |
| a) Dar a conocer al sector las bondades de estar certificado.<br><br>b) Dar facilidades a empresas con recursos limitados para que se capaciten y se certifiquen.<br><br>c) Evaluar a las empresas para su certificación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                          | Contar con empresas certificadas que cumplan con los estándares de calidad del Sello Q |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          | Empresas gastronómicas certificadas.                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          | INGUAT y otros.                                                                        |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                          | <b>Costo:</b>                                                                          |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                          | Ver Anexo I.                                                                           |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.35                                                                                                                                                                            |                          |                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                               | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                            |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                      |                          | Gestionar reconocimiento nacional e internacional a la gastronomía guatemalteca        |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                   | 6.7                      |                                                                                        |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                   |                          |                                                                                        |
| Reconocimiento nacional e internacional de la cocina guatemalteca, a través de gestiones ante las instancias competentes para participación de chefs y cocineros guatemaltecos en diferentes eventos. |                          |                                                                                        |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                   |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                       |
| a) Elegir eventos y profesionales en los que Guatemala debe concursar a nivel nacional e internacional.<br><br>b) Apoyar económicamente a los profesionales que participen en los concursos           |                          | Lograr reconocimiento de la gastronomía guatemalteca a nivel nacional e internacional. |
|                                                                                                                                                                                                       |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                           |
|                                                                                                                                                                                                       |                          | Reconocimientos a la gastronomía guatemalteca.                                         |
|                                                                                                                                                                                                       |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                            |
|                                                                                                                                                                                                       |                          | INGUAT, INTECAP, COMATUR, municipalidades y otros.                                     |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                          |                          | <b>Costo:</b>                                                                          |
| 2020                                                                                                                                                                                                  |                          | Ver Anexo I.                                                                           |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.36                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          |                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                           |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | Promover automatización de procesos en establecimientos gastronómicos a través del uso de tecnología.                 |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 6.8                      |                                                                                                                       |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          |                                                                                                                       |
| Promover automatización de procesos dentro de establecimientos que atiendan al segmento de turismo gastronómico, a través del uso de tecnología y por medio de la sensibilización y capacitación a los actores para las distintas etapas en la elaboración de los alimentos y control de órdenes solicitadas por los comensales, etc. |                          |                                                                                                                       |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                      |
| a) Talleres de sensibilización.<br><br>b) Talleres de capacitación.                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          | Prestadores de servicios con procesos automatizados en sus procesos que permitan a los negocios ser más competitivos. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          | Empresas gastronómicas con procesos automatizados                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          | COMATUR, INTECAP, MINECO, INGUAT y otros.                                                                             |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                         |
| 2019-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                          | Ver Anexo I.                                                                                                          |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.37                                                                                                                                                                                                          |                          |                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                             | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                    |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                    |                          | Promover encadenamientos empresariales entre actores de la cadena de valor del segmento de turismo gastronómico.                                                               |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                 | 6.9                      |                                                                                                                                                                                |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                 |                          |                                                                                                                                                                                |
| Acercamiento de los actores que integran la oferta y la demanda dentro de la cadena productiva del turismo gastronómico, es decir que los productores tengan la oportunidad de hacer negocios con los propietarios de las empresas. |                          |                                                                                                                                                                                |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                 |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                               |
| a) Organizar actividades para acercar a los actores de la cadena productiva (mesas de negocios, ferias, entre actores).<br>b) Talleres de capacitación sobre cadenas productivas.                                                   |                          | Generar negocios que beneficien a los actores de la cadena de valor del turismo gastronómico incluyendo productores, procesadores, comercializadores de alimentos y artesanos. |
|                                                                                                                                                                                                                                     |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                     |                          | Negocios generados.                                                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                     |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                     |                          | MINECO, MAGA, INGUAT, PRONACOM, AGEXPORT, Mesas de Turismo Y OTROS.                                                                                                            |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                        |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                  |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                           |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                   |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.38                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                            |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                          | Fortalecer cadena de valor del turismo gastronómico para integrar rutas y circuitos.                                                   |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 6.10                     |                                                                                                                                        |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          |                                                                                                                                        |
| Identificar a los productores, procesadores y comercializadores de alimentos que puedan formar parte de la cadena de valor para su integración a las rutas turísticas de las regiones, capacitación y asesoría sobre aspectos turísticos.                                                                                                                                                                                                                                               |                          |                                                                                                                                        |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                       |
| a) Identificar los actores que ofrecen ingredientes y productos emblemáticos del área, así como los actores que administran los atractivos turísticos que se puedan incorporar a las rutas gastronómicas.<br>b) Coordinar a los actores que están a cargo de los componentes de las rutas gastronómicas para su articulación.<br>c) Apoyar a las autoridades locales en la dotación de servicios básicos para el visitante.<br>d) Planes de negocios, encuentro entre oferta y demanda. |                          | Contar con cadenas productivas fortalecidas que tengan la capacidad de aprovechar los beneficios económicos de la actividad turística. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | Cadenas productivas del turismo gastronómico fortalecidas                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | INGUAT, MAGA, MINECO, AGEXPORT, CAMTUR, mesas y otros.                                                                                 |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                          |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                           |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.39                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                           | Competitividad Turística                                                                                                                                         | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                          |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                  | Apoyo técnico y financiero para emprendedores y MIPYMES para mejorar sus instalaciones, mobiliario y equipo relacionados con negocios gastronómicos. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                               | 6.11                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                      |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                      |
| Apoyo técnico para gestionar créditos a emprendedores y MIPYMES que pertenezcan a la cadena productiva del segmento de turismo gastronómico para mejorar sus instalaciones así como adquirir mobiliario y equipo. |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                      |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                               | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                      |
| a) Talleres para dar a conocer las líneas de crédito disponible para emprendedores y MIPYMES.<br><br>b) Capacitación sobre el tema de formulación de planes de negocios.                                          | Mejorar las instalaciones, mobiliario y equipo de los establecimientos gastronómicos.                                                                            |                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                   | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                     |                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                   | Empresas apoyadas en la gestión de créditos para la mejora de sus instalaciones, mobiliario y equipo. Emprendedores y MIPYMES con planes de negocios formulados. |                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                   | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                      |                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                   | MINECO, MAGA, AGEXPORT, cooperativas, entidades financieras y otros.                                                                                             |                                                                                                                                                      |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                      | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                      |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                         | Ver Anexo I.                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                      |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.40                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                |                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Competitividad Turística                       | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                      |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                | Buscar incentivos no fiscales para fomentar la inversión en el segmento de turismo gastronómico. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 6.12                                           |                                                                                                  |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                |                                                                                                  |
| Buscar incentivos no fiscales para fomentar la inversión turística gastronómica. Gestionar ante las autoridades de gobierno el mejoramiento de la infraestructura de comunicaciones, saneamiento y energía en el entorno de empresas que forman parte de la cadena productiva del segmento; incluir a las empresas que forman parte de una ruta gastronómica en el material promocional del INGUAT. |                                                |                                                                                                  |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Objetivo:</b>                               |                                                                                                  |
| a) Gestionar ante las autoridades de gobierno el mejoramiento de la infraestructura.<br><br>b) Incluir a las empresas que forman parte de una ruta gastronómica en el material promocional del INGUAT                                                                                                                                                                                               | Fomentar la inversión en turismo gastronómico. |                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Resultados esperados:</b>                   |                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Incentivos no fiscales implementados.          |                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Entidad responsable:</b>                    |                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | INGUAT, MINECO, MAGA, AGEXPORT y otros.        |                                                                                                  |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Costo:</b>                                  |                                                                                                  |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Ver Anexo I.                                   |                                                                                                  |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.41                                                                                                                                                                                                               |                          |                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                  | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                              |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                         |                          | Promover ruedas de negocios entre oferentes de productos gastronómicos y operadores de turismo.                                          |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                      | 6.13                     |                                                                                                                                          |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                      |                          |                                                                                                                                          |
| Realizar ruedas de negocios entre oferentes de productos culinarios y operadores de turismo para fortalecer la oferta del segmento de turismo gastronómico. Orientar a los actores locales para que se integren como producto turístico. |                          |                                                                                                                                          |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                      |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                         |
| a) Convocar a los actores en cada región turística.<br>b) Realizar las mesas de negocios.<br>c) Definir negocios puntuales entre oferentes y operadores.<br>d) Dar seguimiento a las negociaciones.                                      |                          | Dar a conocer la oferta de productos gastronómicos para que sean incluidos dentro de los paquetes que ofrecen los operadores de turismo. |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                          | a) Mesas de negocios realizadas entre empresas gastronómicas y operadores de turismo.<br>b) Negocios realizados                          |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                          |                          | INGUAT, AGEXPORT, CAMTUR, tour operadores y otros.                                                                                       |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                             |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                            |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                             |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.42                                                                                                                                                                                                                                       |                          |                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                          | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                 |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                 |                          | Promover encuentros de negocios entre organizadores de eventos gastronómicos y empresas patrocinadoras en las regiones turísticas del país. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                              | 6.14                     |                                                                                                                                             |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                              |                          |                                                                                                                                             |
| Promover encuentros entre patrocinadores y organizadores de eventos gastronómicos en las regiones turísticas del país, a través de mesas de negocios en donde los organizadores expongan sus proyectos y los patrocinadores decidan los eventos que financiarán. |                          |                                                                                                                                             |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                              |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                            |
| a) Identificar eventos susceptibles de ser patrocinados por empresas.<br>b) Seleccionar eventos para buscar su patrocinio.<br>c) Realizar reuniones entre organizadores de eventos y empresas patrocinadoras.<br>d) Suscribir compromisos entre las partes.      |                          | Generar alianzas entre organizadores de eventos y patrocinadores.                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          | Eventos patrocinados.                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          | INGUAT, MINECO y AGEXPORT.                                                                                                                  |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                     |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                               |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                        |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                                |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.43                                                                                                                                                                               |                          |                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                  | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                       |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                         |                          | Incentivar producción agrícola, piscícola y ganadera en regiones turísticas del país, en especial donde exista escasez de ingredientes para la gastronomía local. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                      | 6.15                     |                                                                                                                                                                   |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                      |                          |                                                                                                                                                                   |
| Incentivar la producción agrícola, piscícola y ganadera en regiones turísticas del país en especial donde exista escasez de ingredientes para la gastronomía local, a través de capacitación y asesoría. |                          |                                                                                                                                                                   |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                      |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                  |
| a) Capacitaciones a los productores de alimentos.<br>b) Asesorías para mejorar sus técnicas de producción.                                                                                               |                          | Beneficiar a los productores de alimentos introduciéndolos en la cadena de valor del turismo gastronómico.                                                        |
|                                                                                                                                                                                                          |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                          |                          | Productores de alimentos capacitados y asesorados.<br>Producción de alimentos mejorada.                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                          |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                          |                          | INGUAT, MAGA y otros.                                                                                                                                             |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                             |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                     |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                |                          | <b>Ver Anexo I.</b>                                                                                                                                               |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.44                                                                                                                                                                                |                          |                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                   | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                             |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                          |                          | Crear base de datos de ingredientes utilizados en la preparación de platillos más emblemáticos por región turística.                                                    |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                       | 6.16                     |                                                                                                                                                                         |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                       |                          |                                                                                                                                                                         |
| Crear base de datos de ingredientes utilizados en la preparación de platillos emblemáticos por región turística, con la colaboración de cocineras tradicionales y chefs.                                  |                          |                                                                                                                                                                         |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                       |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                        |
| a) Crear base de datos de ingredientes utilizados en la preparación de platillos emblemáticos por región turística, con la colaboración de cocineras tradicionales y chefs.<br>b) Publicar base de datos. |                          | Conocer la demanda de ingredientes utilizados para la preparación de los platillos emblemáticos de la región y poner la información a disposición de chefs y cocineros. |
|                                                                                                                                                                                                           |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                           |                          | Demanda de ingredientes establecida.                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                           |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                           |                          | INGUAT, MAGA, AGEXPORT, MINECO y otros.                                                                                                                                 |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                              |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                           |
| 2020                                                                                                                                                                                                      |                          | <b>Ver Anexo I.</b>                                                                                                                                                     |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.45                                                                                                                                                         |                          |                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                            | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                             |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                   |                          | Promover contratación de mano de obra capacitada en destinos ubicados en ciudades intermedias y otras áreas para la prestación de servicios turísticos. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                | 6.17                     |                                                                                                                                                         |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                |                          |                                                                                                                                                         |
| Identificar destinos ubicados en ciudades intermedias en donde se esté invirtiendo en la prestación de servicios turísticos y promover la contratación de mano de obra capacitada. |                          |                                                                                                                                                         |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                        |
| a) Identificar a personas necesitadas de empleo y capacidades que posean dentro de las fases de la cadena de valor del turismo gastronómico.                                       |                          | Promover la generación de empleo en el segmento de turismo gastronómico.                                                                                |
| b) Realizar una feria de empleo para este segmento de turismo.                                                                                                                     |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                            |
| c) Registro de personas participantes en la feria de empleo.                                                                                                                       |                          | Empleos generados                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                    |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                    |                          | INGUAT, INTECAP, MINECO, MINTRAB, Mesas Regionales y otros.                                                                                             |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                       |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                                           |
| 2020-2025                                                                                                                                                                          |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                                            |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.46                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          |                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                   |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          | Promover el intercambio de cocineras tradicionales y chefs en las siete regiones turísticas del país.                         |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 6.18                     |                                                                                                                               |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                          |                                                                                                                               |
| Promover el intercambio de experiencias entre cocineras tradicionales y chefs y en las siete regiones turísticas del país, en donde los profesionales invitados muestren a los anfitriones las recetas, ingredientes, técnicas y prácticas para la preparación de platillos. Sistematizar y documentar a través de un cuestionario que permita obtener información de la experiencia vivida y sus recomendaciones. |                          |                                                                                                                               |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                              |
| a) Organizar los intercambios de cocineras tradicionales y chefs.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          | a) Intercambiar experiencias de los profesionales que participan en los encuentros en las siete regiones turísticas del país. |
| b) Realizar intercambio de experiencias.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                          | b) Documentar y sistematizar la información para utilizarla como inspiración, retroalimentación, intercambio de conocimiento. |
| c) Sistematizar información de los intercambios antes citados.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          | c) Facilitación de alianzas en los destinos de turismo gastronómico.                                                          |
| d) Facilitar el seguimiento de los intercambios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          | Experiencias de chefs y cocineros documentadas.                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          |                                                                                                                               |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                 |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                  |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.47                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                          |                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                                                     |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          | Impartir clases magistrales de chefs profesionales al gremio de gastronomía en las siete regiones turísticas del país                                                                                           |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 6.19                     |                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |                                                                                                                                                                                                                 |
| Identificar profesionales de la gastronomía con habilidades y talentos especiales que deseen transmitir sus conocimientos. Desde las mesas locales de turismo se invitan a profesionales para que brinden capacitaciones a los alumnos, que son chefs, cocineros, propietarios y empleados de empresas de servicios de alimentación. |                          |                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                                                |
| a) Identificar a los profesionales de la gastronomía e invitarlos para impartir las clases magistrales.                                                                                                                                                                                                                              |                          | Aprovechar la experiencia de los profesionales nacionales de la cocina a fin de fortalecer las capacidades de los actores locales del sector para la mejora de la gastronomía en las siete regiones turísticas. |
| b) Organizar a los grupos que se van a beneficiar de las capacitaciones.                                                                                                                                                                                                                                                             |                          |                                                                                                                                                                                                                 |
| c) Impartir las clases magistrales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |                                                                                                                                                                                                                 |
| d) Evaluar las actividades.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | Actores locales capacitados en el tema de gastronomía.                                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | INGUAT, INTECAP, MESAS y otros.                                                                                                                                                                                 |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                                                   |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                                    |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.48                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                          |                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                                 |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          | Promover visitas a Guatemala de chefs internacionales que compartan sus experiencias con sus homólogos nacionales.                                                                          |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 6.20                     |                                                                                                                                                                                             |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          |                                                                                                                                                                                             |
| Identificar profesionales internacionales de la gastronomía con habilidades y talentos especiales que deseen transmitir sus conocimientos en el país. Desde las mesas de turismo se invita a estos profesionales para que brinden capacitaciones a cocineras tradicionales y chefs guatemaltecos, así como propietarios y empleados de empresas gastronómicas. Elaborar una ficha técnica que permita recoger comentarios, recomendaciones, bibliografía, material de apoyo e información que se genere durante su visita para compartirla con personas interesadas en los temas. |                          |                                                                                                                                                                                             |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                            |
| a) Identificar y contactar a los chefs internacionales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                          | Aprovechar la experiencia de los profesionales internacionales de la gastronomía para fortalecer las capacidades de los actores locales y sistematizar la información que dejan en el país. |
| b) Coordinar la logística para la venida de los expertos internacionales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          |                                                                                                                                                                                             |
| c) Coordinar los eventos en las distintas regiones del país.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          |                                                                                                                                                                                             |
| d) Sistematizar la información que se genere en estos eventos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          |                                                                                                                                                                                             |
| e) Evaluar los intercambios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          | Experiencias compartidas con los profesionales de la gastronomía del país y documentación de estas.                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          | INGUAT, INTECAP, MESAS, CAMTUR, COMITUR, academias y otros.                                                                                                                                 |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                               |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.49                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          |                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                          |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          | Elaborar directorio de profesionales de la gastronomía.                                                              |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 6.21                     |                                                                                                                      |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                          |                                                                                                                      |
| Levantar un banco de datos de profesionales de la gastronomía, por especialidad a nivel local, regional y nacional, incluyendo cocineras tradicionales, chefs y baristas, <i>bartenders</i> , <i>mixólogos</i> , <i>sumillers</i> y catadores debidamente acreditados, para ser tomados en cuenta por empresas interesadas en su contratación y otras actividades. |                          |                                                                                                                      |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                     |
| a) Elaborar el directorio de profesionales de la gastronomía en todas sus especialidades.<br><br>b) Publicar la información recopilada.                                                                                                                                                                                                                            |                          | Beneficiar al gremio de profesionales de la gastronomía para facilitar el contacto con empleadores o futuros socios. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          | Banco de datos de profesionales de la gastronomía.                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          | INTECAP, INGUAT, COMATUR, CAMTUR, CIG, CCG y otros.                                                                  |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                        |
| 2020                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                          | Ver Anexo I.                                                                                                         |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.50                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                       |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                          | Inventariar rutas y circuitos de turismo gastronómico existentes y diseñar e implementar nuevas en las siete regiones turísticas. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 6.22                     |                                                                                                                                   |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          |                                                                                                                                   |
| Hacer el inventario de rutas y circuitos de turismo gastronómico existentes en las siete regiones turísticas del país. Diseñar nuevas rutas y circuitos gastronómicos coordinando con actores locales clave dentro del proceso de producción, procesamiento y comercialización de alimentos en torno a ingredientes específicos de preferencia endémicos, aunque no necesariamente, combinando la visita con atractivos turísticos de tipo natural y cultural. Actualizar inventarios de productos agrícolas y ganadería que se producen en regiones turísticas del país. Sensibilizar a productores, procesadores y comercializadores de alimentos sobre la importancia de participar en la conformación de rutas y circuitos para el segmento de turismo gastronómico. Coordinar la integración de rutas de turismo gastronómico con instituciones administradoras de atractivos turísticos, productores, procesadores, comercializadores de alimentos y principalmente con operadores de turismo. Sensibilizar a operadores de turismo sobre la inclusión de la gastronomía guatemalteca en sus paquetes turísticos. |                          |                                                                                                                                   |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                  |
| a) Inventariar rutas y circuitos de turismo gastronómico existentes en las siete regiones turísticas del país.<br><br>b) Actualizar inventarios de productos agrícolas y ganadería que se producen en regiones turísticas del país.<br><br>c) Sensibilizar a los actores de la cadena de valor del turismo gastronómico sobre la importancia de participar en la conformación de rutas y circuitos para este segmento.<br><br>d) Coordinar la integración de rutas de turismo gastronómico con instituciones administradoras de atractivos turísticos, productores, procesadores, comercializadores de alimentos y principalmente con operadores de turismo en el sistema de geoposicionamiento Geoportal.<br><br>e) Diseñar nuevas rutas y circuitos gastronómicos coordinando con actores locales clave dentro de la cadena de valor del segmento turístico.<br><br>f) Sensibilizar a operadores de turismo sobre la inclusión del segmento de turismo gastronómico en sus paquetes turísticos.                                                                                                                       |                          | Ampliar la oferta de rutas y circuitos gastronómicos en el sistema de geoposicionamiento Geoportal.                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | Inventario de rutas y circuitos gastronómicos.<br>Rutas y circuitos diseñados e implementados.                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | INGUAT, Mesas, CAMTUR, AGEXPORT, MINECO, MAGA, municipalidades y otros.                                                           |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                     |
| 2020                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                      |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.51                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                        |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          | Integrar productos e ingredientes que tengan "Denominación de Origen" a rutas y circuitos de turismo gastronómico. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 6.23                     |                                                                                                                    |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                          |                                                                                                                    |
| Identificar a propietarios de productos o ingredientes que tengan "Denominación de Origen" para invitarlos a formar parte de las rutas y circuitos de turismo gastronómico, ferias especializadas en gastronomía y turismo. Promover talleres informativos sobre el proceso de obtener la "Denominación de Origen". |                          |                                                                                                                    |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                   |
| a) Elaborar una lista de los productos que ya cuentan con "Denominación de Origen".<br><br>b) Invitar a los productores a que tengan esta distinción, para integrarse a la actividad turística a través de ferias y festivales gastronómicos, así como formar parte de las rutas gastronómicas.                     |                          | Incorporar productos e ingredientes con "Denominación de Origen" a las rutas y circuitos de turismo gastronómico.  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          | Rutas y circuitos turísticos fortalecidos con productos que tengan "Denominación de Origen".                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          | INGUAT, MAGA, MINECO, MCD, AGEXPORT y otros.                                                                       |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                      |
| 2020                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                          | Ver Anexo I.                                                                                                       |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.52                                                                                                                                                                                                                                                                |                          |                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                   | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                      |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          | Actualizar inventario de atractivos turísticos, seleccionarlos y ponerlos en valor para que formen parte de las rutas y circuitos gastronómicos. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                       | 6.24                     |                                                                                                                                                  |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          |                                                                                                                                                  |
| Actualizar inventario de atractivos turísticos, seleccionarlos, ponerlos en valor para que formen parte de las rutas y circuitos gastronómicos y finalmente coordinar con los actores locales su incorporación.                                                                           |                          |                                                                                                                                                  |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                 |
| a) Actualizar inventario de atractivos turísticos, seleccionarlos para que formen parte de las rutas y circuitos gastronómicos.<br><br>b) Coordinar con los administradores de los atractivos turísticos que formarán parte de las rutas de turismo gastronómico para su puesta en valor. |                          | Ampliar la oferta de atractivos turísticos que forman parte de las rutas y circuitos gastronómicos.                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                          | Inventario actualizado de atractivos turísticos que formarán parte de las rutas y circuitos gastronómicos.                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                          | INGUAT, MCD, CONAP, MARN, MESAS, municipalidades y otros.                                                                                        |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                              |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                                    |
| 2020                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                                     |

## COMPONENTE 4 EJE ESTRATÉGICO 7 MERCADERO TURÍSTICO

### FICHA DE PROYECTO No.53

|                                                                                                                                                                                        |                    |                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                       | Mercadeo Turístico | Nombre del proyecto:                                                                                                      |
| Programa:                                                                                                                                                                              |                    | Análisis de destinos gastronómicos competidores a nivel internacional.                                                    |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                           | 7.1                |                                                                                                                           |
| Descripción:                                                                                                                                                                           |                    |                                                                                                                           |
| El departamento de investigación de mercados del INGUAT deberá llevar a cabo una serie de mediciones que permitan conocer la oferta de turismo gastronómico que compite con Guatemala. |                    |                                                                                                                           |
| Actividades:                                                                                                                                                                           |                    | Objetivo:                                                                                                                 |
| a) Mediciones por parte del departamento de investigación de mercados del INGUAT.                                                                                                      |                    | Tener conocimiento de lo que ofrecen otros destinos de turismo gastronómico similares a Guatemala a nivel internacional.. |
| b) Análisis e interpretación de los datos.                                                                                                                                             |                    | Resultados esperados:                                                                                                     |
| c) Presentación de resultados.                                                                                                                                                         |                    | Análisis de mercado de la competencia en relación con el turismo gastronómico.                                            |
|                                                                                                                                                                                        |                    | Entidad responsable:                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                        |                    | INGUAT y otros.                                                                                                           |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                  |                    | Costo:                                                                                                                    |
| 2020                                                                                                                                                                                   |                    | Ver Anexo I.                                                                                                              |

### FICHA DE PROYECTO No.54

|                                                                                                                                                                                                   |                                                                                  |                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Eje Estratégico:                                                                                                                                                                                  | Mercadeo turístico                                                               | Nombre del proyecto:                    |
| Programa:                                                                                                                                                                                         |                                                                                  | Identificar platillos más emblemáticos. |
| Proyecto No.                                                                                                                                                                                      | 7.2                                                                              |                                         |
| Descripción:                                                                                                                                                                                      |                                                                                  |                                         |
| Diseñar la imagen de los destinos turísticos en función de su gastronomía y de las especies de flora y fauna nativas del lugar. Dar a conocer esta imagen en las pautas publicitarias del INGUAT. |                                                                                  |                                         |
| Actividades:                                                                                                                                                                                      | Objetivo:                                                                        |                                         |
| a) Diseñar la imagen de los destinos turísticos en función de su gastronomía y de las especies de flora y fauna nativas del lugar.                                                                | Identificar los platillos de cada región para fortalecer su oferta gastronómica. |                                         |
| b) Dar a conocer esta imagen en las pautas publicitarias del INGUAT.                                                                                                                              | Resultados esperados:                                                            |                                         |
| c) Fortalecer la imagen de las regiones turísticas con sus ingredientes y platillos; además de la flora y fauna de la región.                                                                     | Imagen gastronómica de los destinos turísticos priorizados.                      |                                         |
|                                                                                                                                                                                                   | Entidad responsable:                                                             |                                         |
|                                                                                                                                                                                                   | INGUAT, Mesas y otros.                                                           |                                         |
| Duración / Frecuencia                                                                                                                                                                             | Costo:                                                                           |                                         |
| 2020-2021                                                                                                                                                                                         | Ver Anexo I.                                                                     |                                         |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.55                                                                                                                                                                                                                                          |                    |                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                             | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                              |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                    |                    | Promover ampliación de la oferta gastronómica en el país                 |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                 | 7.3                |                                                                          |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                 |                    |                                                                          |
| Promover una oferta gastronómica más amplia y variada para que los visitantes tengan diferentes opciones de consumo. Trabajar con actores locales para hacer de la gastronomía un producto turístico por sí mismo, a través de talleres de innovación gastronómica. |                    |                                                                          |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                 |                    | <b>Objetivo:</b>                                                         |
| a) Talleres para sensibilizar a los prestadores de servicios gastronómicos sobre la importancia de tener una oferta amplia de la gastronomía guatemalteca.                                                                                                          |                    | Ofrecer una gastronomía más amplia y variada a los visitantes.           |
| b) Trabajar con actores locales para hacer de la gastronomía un producto turístico por sí mismo, a través de talleres de innovación gastronómica.                                                                                                                   |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                     |                    | Oferta más amplia y variada de platillos de la gastronomía guatemalteca. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                     |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                     |                    | INGUAT, INTECAP, COMATUR, Mesas y otros.                                 |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                        |                    | <b>Costo:</b>                                                            |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                           |                    | Ver Anexo I.                                                             |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.56                                                                                                                                                                                                                                                           |                    |                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                              | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                  |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                     |                    | Promocionar en medios de comunicación social el calendario gastronómico de las siete regiones turísticas del país.           |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                  | 7.4                |                                                                                                                              |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                  |                    |                                                                                                                              |
| Promocionar en medios de comunicación social el calendario de fechas de consumo de ciertos platillos tradicionales por región turística, permitiendo con anticipación que los operadores de turismo preparen tours en donde incluyan estos platillos de la gastronomía guatemalteca. |                    |                                                                                                                              |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                  |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                                             |
| a) Recopilar la información para elaborar el calendario.                                                                                                                                                                                                                             |                    | Potenciar el consumo de ciertos platillos emblemáticos de la gastronomía guatemalteca dando a conocer las fechas de consumo. |
| b) Elaborar el calendario                                                                                                                                                                                                                                                            |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                 |
| c) Dar a conocer el calendario en los diferentes medios de comunicación social.                                                                                                                                                                                                      |                    | Calendarios gastronómicos publicados en medios de comunicación.                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    | INGUAT y MCD.                                                                                                                |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                         |                    | <b>Costo:</b>                                                                                                                |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                            |                    | Ver Anexo I.                                                                                                                 |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.57                                                                                                                                                                                                              |                    |                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                 | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                        |                    | Gestionar espacios en medios de comunicación social para dar a conocer la gastronomía guatemalteca.                                                                                                                              |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                     | 7.5                |                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                     |                    |                                                                                                                                                                                                                                  |
| Gestionar espacios en medios de comunicación social y sitio web del INGUAT para dar a conocer destinos, rutas, tours y festivales de gastronomía guatemalteca por regiones turísticas.                                                  |                    |                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                     |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                                                                 |
| a) Identificar programas en medios de comunicación social en donde se pueda dar conocer la gastronomía guatemalteca por regiones turísticas.<br><br>b) Pautar en medios de comunicación para dar a conocer la gastronomía guatemalteca. |                    | Dar a conocer la oferta actual de turismo gastronómico y recetas ganadoras en los distintos eventos como fuente de inspiración para motivar a las personas a visitar los destinos turísticos en donde se sirven estos platillos. |
|                                                                                                                                                                                                                                         |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                         |                    | Espacios en los medios de comunicación social dedicados al tema de turismo gastronómico.<br>Publicaciones de recetas ganadoras en los medios de comunicación.                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                         |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                         |                    | INGUAT, INTECAP, Mesas,, AGEXPORT, Cámaras, entre otros.                                                                                                                                                                         |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                            |                    | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                                                                    |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                               |                    | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                                                     |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.58                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                    |                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                          |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                    | Publicar periódicamente recetas ganadoras en distintos eventos a nivel municipal, departamental, regional y nacional de la gastronomía guatemalteca. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 7.6                |                                                                                                                                                      |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                    |                                                                                                                                                      |
| La Dirección de Mercadeo del INGUAT debe crear un plan específico para la promoción del segmento de turismo gastronómico, desarrollando un relato auténtico y creíble como argumento de marca y definiendo estrategias para su implementación. Promover a Guatemala como destino de turismo gastronómico a través de campañas publicitarias exaltando la riqueza culinaria del país y combinándola con información de sus atractivos y productos turísticos naturales, culturales, vinculándolos con la promoción.                |                    |                                                                                                                                                      |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                     |
| a) Crear un plan específico para la promoción del segmento de turismo gastronómico, desarrollando un relato auténtico y creíble de la gastronomía guatemalteca como argumento de marca y definiendo estrategias para su implementación.<br><br>b) Promover a Guatemala como destino de turismo gastronómico a través de campañas publicitarias exaltando la riqueza culinaria del país.<br><br>c) Combinar la información y la promoción de los atractivos y productos turísticos naturales, culturales con la gastronomía local. |                    | Posicionar a Guatemala como un destino de turismo gastronómico en los mercados prioritarios.                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    | Guatemala como destino de turismo gastronómico conocido en los mercados prioritarios.                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    | INGUAT, CAMTUR y otros.                                                                                                                              |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    | <b>Costo:</b>                                                                                                                                        |
| 2019-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                    | Ver Anexo I.                                                                                                                                         |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.59                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                    |                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                            |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                    | Publicar trimestralmente el boletín de turismo gastronómico en medios digitales a nivel nacional.                                      |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 7.7                |                                                                                                                                        |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                    |                                                                                                                                        |
| Publicar trimestralmente en medios de comunicación social un boletín de turismo gastronómico para dar a conocer las actividades, reconocimientos y todo lo relacionado con el acontecer de la gastronomía y del turismo gastronómico. Incluir en el sitio web del INGUAT (www.visitguatemala.com) una sección con el boletín de gastronomía guatemalteca con eventos, recetarios, ingredientes, productos de las siete regiones turísticas del país. |                    |                                                                                                                                        |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                       |
| a) Recopilar información sobre el segmento de turismo gastronómico.<br>b) Diseño y diagramación.<br>c) Publicar en medios digitales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                    | Mantener informados a los actores del sector sobre el acontecer de la gastronomía guatemalteca y del segmento de turismo gastronómico. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    | Boletines publicados.                                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    | INGUAT, Mesa de Turismo Gastronómico, con la colaboración de los actores del sector.                                                   |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                    | <b>Costo:</b>                                                                                                                          |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                    | Ver Anexo I.                                                                                                                           |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.60                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                    |                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                                                       |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                    | Promover la gastronomía guatemalteca en congresos, convenciones y actividades oficiales de gobierno a nivel nacional e internacional, especialmente en los eventos que apoya el INGUAT.                           |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 7.8                |                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                    |                                                                                                                                                                                                                   |
| Promover la gastronomía guatemalteca de las diferentes regiones turísticas en congresos y convenciones, actividades oficiales de gobierno a nivel nacional e internacional y en los que apoya el INGUAT. Se puede mencionar: noches culturales, festivales, exhibiciones, concursos, eventos en general, entre otros. Sensibilizar a los organizadores de congresos y convenciones para que el menú seleccionado sea tomado o inspirado de la gastronomía guatemalteca. Elaborar un Acuerdo de la Dirección General del INGUAT donde se ordena a direcciones, departamentos, secciones y asesorías que elijan platillos regionales o inspirados en la gastronomía guatemalteca, acompañados de una breve descripción de su origen, al organizar actividades oficiales que requieran alimentación. |                    |                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                                                  |
| a) Talleres de sensibilización dirigida a los organizadores de eventos.<br>b) Creación de Acuerdo de la Dirección del INGUAT en donde se instruya a direcciones, departamentos, secciones y unidades de la Institución a servir platillos de la gastronomía guatemalteca.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                    | Promover la gastronomía guatemalteca en congresos y convenciones a nivel nacional e internacional.                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    | a) Visitantes atraídos por las actividades gastronómicas<br>b) Congresos y convenciones con servicio de gastronomía guatemalteca.<br>c) Presencia de la gastronomía guatemalteca en eventos oficiales del INGUAT. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    | INGUAT, MCD, MINECO, otras instancias de Gobierno y Sector privado, Mesas y otros.                                                                                                                                |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                                                     |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                    | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                                      |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.61                                                                                                                                                                                                              |                    |                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                 | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                         |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                        |                    | Sensibilizar a operadores de turismo para incluir la gastronomía guatemalteca y el turismo gastronómico en sus paquetes turísticos. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                     | 7.9                |                                                                                                                                     |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                     |                    |                                                                                                                                     |
| Sensibilizar a operadores de turismo sobre la inclusión de la gastronomía guatemalteca en sus paquetes turísticos, a través de talleres y seminarios de sensibilización y viajes de familiarización a rutas gastronómicas establecidas. |                    |                                                                                                                                     |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                     |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                    |
| a) Realizar talleres de sensibilización dedicado a operadores de turismo.<br><br>b) Realizar viajes de familiarización a atractivos                                                                                                     |                    | Introducir la gastronomía guatemalteca como un producto dentro de los paquetes de los operadores de turismo                         |
|                                                                                                                                                                                                                                         |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                         |                    | Talleres, seminarios y viajes de familiarización realizados. Operadores de turismo sensibilizados.                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                         |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                         |                    | INGUAT, CAMTUR y AGEXPORT.                                                                                                          |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                            |                    | <b>Costo:</b>                                                                                                                       |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                               |                    | Ver Anexo I.                                                                                                                        |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.62                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                    |                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    | Elaborar guía práctica para la organización de ferias y festivales gastronómicos y creación de línea gráfica.                                                                                                                                       |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 7.10               |                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                    |                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Elaborar y publicar una guía práctica para la organización de ferias y festivales gastronómicos en el país. En esta se deben indicar los lineamientos generales para la organización de estos eventos. (Formato impreso y digital). Diseñar línea gráfica para cada festival o feria gastronómica con los colores y motivos que identifiquen el destino turístico. |                    |                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                                                                                    |
| a) Realizar taller con los actores locales.<br><br>b) Crear la línea gráfica para cada festival o feria gastronómica.<br><br>c) Validar la propuesta del INGUAT con los actores locales.<br><br>d) Diseñar y publicar documento.                                                                                                                                   |                    | a) Tener una herramienta que contenga los lineamientos generales para estandarizar los procesos dentro de la organización de ferias y festivales gastronómicos en el país.<br>b) Contar con una línea gráfica que identifique al destino turístico. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    | a) Guía práctica formulada y reproducida en forma impresa y digital.<br>b) Línea gráfica de festivales o ferias diseñada para cada destino turístico.                                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    | COMATUR, Mesas, INGUAT y otros                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                    | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                                                                                       |
| 2020                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                    | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                                                                        |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.63                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                                                                                           |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                    | Apoyar la realización de ferias y festivales de gastronomía guatemalteca.                                                                                                                                             |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 7.11               |                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| El INGUAT tiene dentro de sus funciones apoyar la organización de ferias y festivales en los destinos turísticos del país. Estas actividades contribuyen a la puesta en valor de la gastronomía guatemalteca, en donde profesionales locales de la cocina traducen los ingredientes en exquisitos platillos. |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                                                                      |
| Ferias y festivales gastronómicos:                                                                                                                                                                                                                                                                           |                    | Promover el turismo gastronómico en las siete regiones turísticas del país, dando a conocer los diferentes platillos emblemáticos, incentivando el rescate e innovación de recetas ancestrales fomentando su consumo. |
| 1) Feria Alimentaria y Festival Gastronómico en la Ciudad de Guatemala, y el Congreso de restaurantes. Fecha: septiembre.                                                                                                                                                                                    |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                                                                                          |
| 2) Festival Gastronómico de Guatemática (Retalhuleu). Fecha: abril                                                                                                                                                                                                                                           |                    | Ferias realizadas                                                                                                                                                                                                     |
| 3) Festival Gastronómico en Mazatenango. Fecha: Febrero / Marzo                                                                                                                                                                                                                                              |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                                                                                           |
| 4) Festival de Gastronomía de Champerico. Fecha: octubre                                                                                                                                                                                                                                                     |                    | MCD, MINECO, MAGA, INTECAP, CAT, Grupos Gestores, AGEXPORT, ANACAFE, Universidades, la Academia, grupo de cocineras tradicionales y chefs, municipalidades, grupos organizados de la sociedad civil, INGUAT, y otros. |
| 5) Festival Gastronómico de Sacatepéquez (en la Antigua Guatemala). Fecha: julio                                                                                                                                                                                                                             |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 6) Festival del níspero (San Juan del Obispo, Antigua Guatemala). Fecha: noviembre                                                                                                                                                                                                                           |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 7) Festival del Chocolate en Quetzaltenango. Fecha: septiembre                                                                                                                                                                                                                                               |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 8) Festival del Melocotón en Quetzaltenango. Fecha: agosto                                                                                                                                                                                                                                                   |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 9) Feria turística y festival gastronómico de Petén. Fecha: mayo                                                                                                                                                                                                                                             |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 10) Festival Izabal Gastronómica (varía municipio). Fecha: mayo                                                                                                                                                                                                                                              |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 11) Festival Gastronómico de Livingston. Fecha: noviembre                                                                                                                                                                                                                                                    |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 12) Festival de la manía en Chiquimula. Fecha: septiembre                                                                                                                                                                                                                                                    |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 13) Festival Gastronómico en Chimaltenango. Fecha: julio                                                                                                                                                                                                                                                     |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 14) Festival Gastronómico de Monterrico. Fecha: octubre                                                                                                                                                                                                                                                      |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| Responsables: CAT de Monterrico, INGUAT y otros.                                                                                                                                                                                                                                                             |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 15) Festival del café en Chimaltenango. Fecha: abril                                                                                                                                                                                                                                                         |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 16) Festival del café en Sololá. Fecha: diciembre                                                                                                                                                                                                                                                            |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 17) Festival Gastronómico de Alta Verapaz. Fecha: agosto                                                                                                                                                                                                                                                     |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 18) Feria del café, cardamomo y cacao en Alta Verapaz. Fecha:                                                                                                                                                                                                                                                |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 19) Participación del INGUAT en FIBEGA. Fecha: mayo. Responsable: INGUAT                                                                                                                                                                                                                                     |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 20) Participación del INGUAT en el Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT (en España). Fecha: mayo. Responsable: INGUAT                                                                                                                                                                              |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 21) Encuentro de cocineras tradicionales de las siete regiones turísticas del país. Fecha: junio                                                                                                                                                                                                             |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 22) Celebrar el "Día Nacional de la Gastronomía Guatemalteca" y el "Día Mundial de la Gastronomía" el 18 de junio de cada año. Fecha: junio                                                                                                                                                                  |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| 23) Declaratorias de destinos gastronómicos. Fechas: todo el año                                                                                                                                                                                                                                             |                    |                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                    | <b>Costo:</b>                                                                                                                                                                                                         |
| 2019-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    | Ver Anexo I.                                                                                                                                                                                                          |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.64                                                                                                                                                                                                                      |                    |                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                         | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                         |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                |                    | Realizar viajes de familiarización y prensa con medios nacionales e internacionales del segmento de turismo gastronómico.                           |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                             | 7.12               |                                                                                                                                                     |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                             |                    |                                                                                                                                                     |
| Invitar a periodistas, directores y propietarios medios de comunicación social nacionales e internacionales a participar en eventos gastronómicos que se realicen en el país, incentivándolos a publicar artículos periodísticos sobre el tema. |                    |                                                                                                                                                     |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                             |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                    |
| a) Identificar los medios de comunicación adecuados.                                                                                                                                                                                            |                    | Promover la gastronomía guatemalteca con el apoyo de las publicaciones realizadas en los distintos medios de comunicación nacional e internacional. |
| b) Diseñar los recorridos.                                                                                                                                                                                                                      |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                        |
| c) Coordinar con los actores locales.                                                                                                                                                                                                           |                    | Publicaciones realizadas sobre turismo gastronómico en los medios invitados.                                                                        |
| d) Realizar el <i>fampress</i> .                                                                                                                                                                                                                |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                 |                    | CAMTUR, MESAS, INGUAT y otros.                                                                                                                      |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                    |                    | <b>Costo:</b>                                                                                                                                       |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                       |                    | Ver Anexo I.                                                                                                                                        |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.65                                                                                                          |                    |                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                             | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                      |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                    |                    | Sociabilizar la Estrategia ante los actores involucrados para su conocimiento y aplicación.      |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                 | 7.13               |                                                                                                  |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                 |                    |                                                                                                  |
| Sociabilizar la ENTG ante los actores involucrados para su conocimiento y aplicación.                                               |                    |                                                                                                  |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                 |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                 |
| a) Identificar a los actores de la cadena de valor del turismo gastronómico en cada región.                                         |                    | Dar a conocer la Estrategia a los actores del sector y empoderarlos para su adecuada aplicación. |
| b) Realizar taller de socialización de la Estrategia con los actores de la cadena de valor del turismo gastronómico en cada región. |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                     |
|                                                                                                                                     |                    | Actores que participen en las actividades de socialización de la Estrategia.                     |
|                                                                                                                                     |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                      |
|                                                                                                                                     |                    | INGUAT                                                                                           |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                        |                    | <b>Costo:</b>                                                                                    |
| 2019-2020                                                                                                                           |                    | Ver Anexo I.                                                                                     |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.66                                                                                                                                                            |                    |                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                               | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                    |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                      |                    | Gestión para nominar a Guatemala en concursos a nivel internacional como "Latin's American 50 Best Restaurant", "TheBocuse d'Or", entre otros. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                   | 7.14               |                                                                                                                                                |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                   |                    |                                                                                                                                                |
| Crear un comité local que haga una selección previa de restaurantes o profesionales de la gastronomía y gestionar ante los organizadores de eventos internacionales su participación. |                    |                                                                                                                                                |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                   |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                               |
| 1. Participar en eventos de nominación de otros países.<br>2. Invitar a los organizadores a Guatemala para evaluar el país.<br>3. Ser sede de uno de los eventos de nominación.       |                    | Exponer la mejor propuesta nacional de restaurantes y profesionales de la gastronomía en eventos a nivel internacional.                        |
|                                                                                                                                                                                       |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                       |                    | Profesionales y empresas de gastronomía nominadas para obtener premios a nivel nacional e internacional.                                       |
|                                                                                                                                                                                       |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                       |                    | INGUAT, CIG, CAMTUR, Gremial de Restaurantes y otros                                                                                           |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                          |                    | <b>Costo:</b>                                                                                                                                  |
| 2020-2025                                                                                                                                                                             |                    | Ver Anexo I.                                                                                                                                   |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.67                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                    |                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Mercadeo Turístico | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                 |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                    | Reconocimientos en el evento "El Tenedor de Oro".                                                                                           |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 7.15               |                                                                                                                                             |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                    |                                                                                                                                             |
| El galardón "Tenedor de Oro", es un reconocimiento a la excelencia de héroes anónimos de los actores de la cadena productiva de la gastronomía guatemalteca que diariamente realizan tareas en beneficio de la comunidad y competitividad del país. Este evento se realiza en el marco de "Feria Alimentaria", en el mes de septiembre de cada año. |                    |                                                                                                                                             |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                    | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                            |
| a) Investigación sobre los actores de la cadena productiva de la gastronomía guatemalteca que tengan méritos para recibir el reconocimiento.<br>b) Premiación de los actores seleccionados por sus méritos.<br>c) Publicación del evento en donde se haya hecho el reconocimiento a los actores seleccionados.                                      |                    | Reconocer la labor de los actores de la cadena productiva de la gastronomía guatemalteca del país.                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                    | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                    | Actores del sector gastronómico con reconocimientos.                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                    | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                    | CIG, INGUAT, INTECAP, Gremial de Restaurantes, CAMTUR, ANA-CAFE, CORPOEVENTOS, Club Rotario del Este y Universidad Rafael Landívar y otros. |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                    | <b>Costo:</b>                                                                                                                               |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                    | Ver Anexo I.                                                                                                                                |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.68                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                          |                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Competitividad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                             |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          | Apoyar la participación de reconocidos profesionales de la gastronomía guatemalteca en eventos nacionales e internacionales.            |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 8.1                      |                                                                                                                                         |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |                                                                                                                                         |
| Evaluar el apoyo para la participación de los profesionales de la gastronomía en eventos cuyo objetivo principal sea la promoción del país y su gastronomía. El apoyo que se les puede brindar consta de: realizar el contacto, acompañamiento y promoción en los medios de comunicación social, compra de boletos aéreos, entrega de un kit de imagen del país que incluya filipina, bandera de Guatemala, suvenires, regalos VIP, memorias USB con videos promocionales de Guatemala, entre otros. |                          |                                                                                                                                         |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                        |
| a) Realizar el contacto, acompañamiento y promoción en los medios de comunicación social.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          | Brindar apoyo a profesionales de la gastronomía que participen en eventos internacionales cuyo fin principal sea la promoción del país. |
| b) Compra de boletos aéreos,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                            |
| c) Entrega de un kit de imagen del país que incluya filipina, bandera de Guatemala, suvenires, regalos VIP, memorias USB con videos promocionales de Guatemala, entre otros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | Participación de profesionales de la gastronomía en eventos internacionales con apoyo institucional.                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          | MINECO, INGUAT, MCD, INTECAP, entre otros.                                                                                              |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                           |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                            |

| COMPONENTE 4 EJE ESTRATEGICO 8<br>PROGRAMA NACIONAL DE SEGURIDAD                                                                                                                               |                     |                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FICHA DE PROYECTO<br>No.69                                                                                                                                                                     |                     |                                                                                                                                         |
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                        | Seguridad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                             |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                               |                     | Facilitar gestión para obtención de licencias sanitarias y de estudios de impacto ambiental para establecimientos gastronómicos.        |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                            | 8.2                 |                                                                                                                                         |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                            |                     |                                                                                                                                         |
| Coordinar con MSPAS y MARN para facilitar el proceso de obtención de licencias sanitarias y de impacto ambiental para establecimientos gastronómicos, a través de la suscripción de convenios. |                     |                                                                                                                                         |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                            |                     | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                        |
| a) Coordinar reuniones de trabajo entre técnicos del MSPAS, MARN y el INGUAT, para facilitar la gestión de licencias sanitarias y de impacto ambiental para establecimientos gastronómicos.    |                     | Facilitar la obtención de licencias sanitarias y de estudios de impacto ambiental a los propietarios de establecimientos gastronómicos. |
| b) Suscribir acuerdos entre las instituciones involucradas.                                                                                                                                    |                     | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                            |
| c) Elaborar herramienta para la obtención de las licencias sanitarias y de estudios de impacto ambiental.                                                                                      |                     | Convenios entre MSPAS, MARN y el INGUAT para facilitar la gestión de las licencias ambientales de las empresas gastronómicas.           |
| d) Promover destinos seguros.                                                                                                                                                                  |                     | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                |                     | INGUAT, MARN, MSPAS, Mesas, municipalidades y otros                                                                                     |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                   |                     | <b>Costo:</b>                                                                                                                           |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                      |                     | Ver Anexo I.                                                                                                                            |



| FICHA DE PROYECTO<br>No.70                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                     |                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Seguridad Turística | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                       |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                     | Sensibilizar a las autoridades locales para mejorar el entorno de establecimientos gastronómicos. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 8.3                 |                                                                                                   |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                     |                                                                                                   |
| Sensibilizar a las autoridades locales para mejorar aspectos como: orden, ornato, saneamiento y seguridad alrededor de establecimientos gastronómicos, a través de reuniones de trabajo con los alcaldes municipales; emitir y aplicar normativas municipales para que los propietarios mejoren sus instalaciones. |                     |                                                                                                   |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                     | <b>Objetivo:</b>                                                                                  |
| a) Reuniones de trabajo con las autoridades y empleados municipales.<br>b) Talleres de sensibilización con el sector privado.<br>c) Redactar un capítulo sobre el tema en la Guía de Buenas Prácticas.                                                                                                             |                     | Mejorar el entorno y las instalaciones de los establecimientos gastronómicos.                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                     | <b>Resultados esperados:</b>                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                     | Entornos e instalaciones de los establecimientos gastronómicos mejorados.                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                     | <b>Entidad responsable:</b>                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                     | INGUAT, municipalidades, propietarios y otros.                                                    |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                     | <b>Costo:</b>                                                                                     |
| 2020-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                     | Ver Anexo I.                                                                                      |

| EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO                                                                                                                                                                                                                                                                        |                          |                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| FICHA DE PROYECTO<br>No.71                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          |                                                                      |
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                         | Evaluación y Seguimiento | <b>Nombre del proyecto:</b>                                          |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                | Evaluación y Seguimiento | Integrar comisión encargada de evaluar y dar seguimiento de la ENTG. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                             | 9.1                      |                                                                      |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                             |                          |                                                                      |
| Integrar comisión encargada de evaluar y dar seguimiento de la ENTG a través de la medición de indicadores.                                                                                                                                                                                     |                          |                                                                      |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                             |                          | <b>Objetivo:</b>                                                     |
| a) Elaborar herramienta de evaluación y seguimiento de la Estrategia.<br>b) Utilizar la herramienta de evaluación y seguimiento de la Estrategia por parte del delegado de turismo del INGUAT.<br>c) Consolidar la información y elaborar informes periódicos sobre el avance de la Estrategia. |                          | Evaluar y dar seguimiento a la ENTG.                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                          | Comisión integrada, proceso de evaluación y seguimiento en proceso.  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                          | INGUAT y COMITUR.                                                    |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          | <b>Costo:</b>                                                        |
| 2019-2020                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          | Ver Anexo I.                                                         |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.72                                                                                                                                                                                                      |                          |                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                         | Evaluación y Seguimiento | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                | Evaluación y Seguimiento | Elaborar instrumentos de medición estadística para medir los avances del segmento de turismo gastronómico. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                             | 9.2                      |                                                                                                            |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                             |                          |                                                                                                            |
| Ampliar el cuestionario de recopilación de información estadística del departamento de investigación de mercados del INGUAT, incluyendo preguntas relacionadas con el segmento de turismo gastronómico.                         |                          |                                                                                                            |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                             |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                           |
| a) Elaborar instrumentos de medición estadística para obtener datos de utilidad para desarrollar con más certeza el segmento de turismo gastronómico.<br><br>b) Diseñar indicadores que den cuenta del cumplimiento de la ENTG. |                          | Contar con un instrumento de medición que incluya información del segmento de turismo gastronómico.        |
|                                                                                                                                                                                                                                 |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                 |                          | Instrumento de medición elaborado.                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                 |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                 |                          | INGUAT.                                                                                                    |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                    |                          | <b>Costo:</b>                                                                                              |
| 2019-2020                                                                                                                                                                                                                       |                          | Ver Anexo I.                                                                                               |

| FICHA DE PROYECTO<br>No.73                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          |                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Eje Estratégico:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Evaluación y Seguimiento | <b>Nombre del proyecto:</b>                                                                                                                     |
| <b>Programa:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Evaluación y Seguimiento | Dar seguimiento a la ejecución del plan de acción propuesto en la ENTG, así como de las actividades de las mesas de turismo gastronómico local. |
| <b>Proyecto No.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 9.3                      |                                                                                                                                                 |
| <b>Descripción:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                          |                                                                                                                                                 |
| Dar seguimiento a la ejecución del plan de acción propuesto en la ENTG. Dar seguimiento y evaluación a la ejecución del plan de acción de la Estrategia, a través del análisis de los informes semestrales que brinden las mesas de turismo gastronómico a nivel local. Medición de los efectos de la implementación de la Estrategia utilizando los indicadores identificados. |                          |                                                                                                                                                 |
| <b>Actividades:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                          | <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                |
| a) Solicitar informes a los delegados regionales y subregionales del INGUAT.<br><br>b) Consolidar la información recibida y hacer el análisis correspondiente.<br><br>c) Publicar los resultados.                                                                                                                                                                               |                          | Dar seguimiento a la implementación de la Estrategia y al plan de actividades de las mesas de turismo gastronómico y medir sus resultados.      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                          | <b>Resultados esperados:</b>                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                          | Planes de trabajo elaborados.<br>Informes de las mesas de turismo gastronómico local e indicadores, observados.                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                          | <b>Entidad responsable:</b>                                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                          | INGUAT y Mesas.                                                                                                                                 |
| <b>Duración / Frecuencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          | <b>Costo:</b>                                                                                                                                   |
| 2019-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          | Ver Anexo I.                                                                                                                                    |







# FODA (Consolidado)

## FORTALEZAS

1. Legado de las cocineras ancestrales.
2. Variedad de recetas históricas en la gastronomía.
3. Gastronomía como parte de la historia.
4. Historia que acompaña nuestra cultura.
5. Narrativa desarrollada sobre los atractivos turísticos y su gastronomía en destinos.
6. Narrativa reforzada identificando el potencial de vinculación a la empresarialidad.
7. Destinos turísticos con características singulares y marca establecida a través de un mercadeo adecuado.
8. Tradición y cultura.
9. Comunidades y destinos turísticos con gran tradición culinaria.
10. Tradiciones y creencias (Semana Santa, Navidad, entre otros).
11. Tradición familiar como la esencia de la gastronomía local.
12. Gran tradición culinaria.
13. Riqueza cultural en cada comunidad.
14. Diversidad cultural.
15. Sociedad conservadora y tradicional.
16. Cocineras tradicionales activas con variedad de recetas guatemaltecas.
17. Promoción de turismo y mercadeo.
18. Marcas establecidas en cada región turística.
19. Estructura establecida de la oferta para el segmento de turismo gastronómico.
20. Destinos turísticos con afluencia de diversos tipos de segmentos de turismo.
21. Arquitectura que respalda la gastronomía.
22. Infraestructura adecuada.
23. Ubicación geográfica, estratégica y clima.
24. Fácil movilización de flujo turístico en el país debido a extensión territorial.
25. Atractivos turísticos relativamente cercanos.
26. Producción variada de ingredientes gracias a ubicación geográfica y clima.
27. Destinos con variedad de cultivos vernáculos.
28. Existencia de cultivos vernáculos y otros.
29. Disponibilidad de diversidad de ingredientes en regiones turísticas para la gastronomía guatemalteca.
30. Suficientes recursos e insumos para la producción de alimentos.
31. Comunidades con potencial y disposición de producir insumos utilizados en la gastronomía local.
32. Producción variada de alimentos debido a microclimas.
33. Climas y microclimas que favorecen la producción de ingredientes.
34. Diversidad de tipos de turismo.
35. Afluencia de turismo local, nacional e internacional.
36. Relación de destinos y espacios turísticos con gastronomía.
37. Cercanía entre atractivos turísticos con áreas de producción, procesamiento y comercialización de alimentos.
38. Destinos con diversidad de atractivos turísticos que complementan recorridos con gastronomía y viceversa.
39. Prestadores de servicios turísticos con buena actitud hacia el visitante.
40. Buena actitud de prestadores de servicios de la cocina local.
41. Hospitalidad.
42. Existencia de mercados locales permanentes y temporales.
43. Mercados por temporalidad (asuetos) y mercados permanentes.
44. Diversidad de productos disponibles.
45. Disponibilidad de materia prima.
46. Existencia de centros de capacitación culinaria.
47. Centros de capacitación en todo el país para mejorar las áreas que necesitan ser reforzadas en lo que respecta a servicio e higiene.
48. Oferta y demanda de formación culinaria.



49. Entidades que ofrecen capacitación (instituciones públicas y escuelas de gastronomía).
50. Recursos humanos formados en centros de capacitación local de gastronomía y turismo gastronómico.
51. Recurso humano con formación en idiomas.
52. Gastronomía tradicional guatemalteca a precios razonables.
53. Comunidades anfitrionas del turismo abundante costumbres y tradiciones, incluyendo la gastronomía.
54. Variedad de insumos.
55. Interés del turismo por visitar y conocer la historia del lugar.
56. Destino de clase mundial.
57. Posicionamiento a nivel centroamericano.
58. Posicionamiento como principal exponente de la cocina mesoamericana.



Foto: Pablo Mendez Garzona, Chirmol.

## OPORTUNIDADES

1. Interés del visitante por conocer las costumbres y tradiciones locales, así como su gastronomía.
2. Aumento de la demanda gastronómica de la región.
3. Aumento de la demanda de gastronomía por parte de visitantes nacionales e internacionales.
4. Dar a conocer la cultura local, historia e ingredientes utilizados en comidas.
5. Dar a conocer la historia local.
6. Fortalecer la unión del gremio gastronómico.
7. Fortalecer la autoestima del chef y de su grupo y de cocineros tradicionales.
8. Interés de chefs nacionales e internacionales en compartir su conocimiento y experiencia con las cocineras tradicionales y chefs locales.
9. Fortalecer la identidad local y nacional.
10. Fortalecer la educación y el fomento de la identidad.
11. Apoyar a las nuevas generaciones que necesitan identificarse con su cultura.
12. Promover la marca de identidad de nuestra gastronomía.
13. Llegada de turismo nacional e internacional a las localidades fortaleciendo la identidad de chefs y cocineros guatemaltecos.
14. Gastronomía guatemalteca posicionada a nivel centroamericano.
15. Tendencia a la estandarización de la calidad en el servicio.
16. Necesidad de implementar buenas prácticas en la cadena de valor del segmento de turismo gastronómico.
17. Tendencia a prestar servicios gastronómicos con estándares de calidad establecidos.
18. Demanda internacional de ingredientes y productos gastronómicos nacionales en el extranjero.
19. Conocimiento en el extranjero de ingredientes y gastronomía guatemalteca.
20. Posicionamiento de los ingredientes criollos del destino donde se encuentra el turista y personal capacitado para vender y presentar las áreas turísticas.
21. Productos propios (nativos, naturales y orgánicos).
22. El turismo gastronómico crea una dinámica económica que genera empleo para las comunidades receptoras.
23. Tendencia al aumento de la oferta de empleo local.
24. Creación de fuentes de empleo. Generación de empleo.
25. Generación de fuentes de ingresos locales bajo enfoque de pago y comercio justo.
26. Absorción de mano de obra calificada y no calificada.
27. Gastronomía como motivo complementario de viaje.
28. Gastronomía convertida en una motivación del viaje.
29. Promover la gastronomía regional como principal motivación a través de los medios.
30. Flujo de turistas que contemplan como una de sus prioridades, la gastronomía de los destinos turísticos que visitan.
31. Aumento de demanda de mano de obra calificada y capacitación a la no calificada.
32. Introducir sistema tributario y erradicar el comercio informal.
33. Productores que pueden ofrecer sus productos directamente.

34. Exigencia a prestadores de servicios por parte de las autoridades de pertenecer a la economía formal y presentar factura a sus clientes.
35. Rescate de recetas e ingredientes naturales por interés, posición, diversificación, identificación, potencial, fuentes de ingreso y motivo.
36. Rescate de recetas e ingredientes perdidos (prehispánicos y mestizos).
37. Tendencia de incorporar a la mujer en las actividades productivas.
38. Visualización de la mujer.
39. Inclusión de la mujer en la economía local.
40. Papel importante de la mujer en la atención al turista.
41. Madres solteras como el sostén de su familia.
42. Tendencia de reconocer a la mujer como el pilar de la gastronomía y de la economía local.
43. Independencia de género a nivel empresarial.
44. Tendencia de visitantes a buscar experiencias nuevas.
45. Tendencia del turismo en experimentar la convivencia con las comunidades anfitrionas y su gastronomía.
46. Tendencia de visitantes de conocer procesos artesanales de producción de alimentos como cacao, cardamomo, café y otros.
47. Tendencia de los comensales a conversar con el chef sobre los platillos de la gastronomía guatemalteca, su entorno y su historia.
48. Tendencia de visitantes que gustan interactuar y conocer el lugar que visitan.
49. Adquisición de materia prima y conocimientos básicos del producto que consume.
50. Visitantes que buscan nuevas alternativas para conocer el país (aventura, cultura, historia, peregrinaje y gastronomía).
51. Promover la experiencia al turista de visitar y conocer los procesos de producción local.
52. Tendencia a utilizar productos biodegradables.
53. Tendencia del visitante a impactar menos en el ambiente.
54. Tendencia de uso de insumos orgánicos en la gastronomía por parte del visitante.
55. Tendencia de demanda de productos orgánicos (huertos orgánicos familiares y mercados orgánicos).
56. Aprovechamiento de microclimas para cultivos.
57. Microclimas que permiten contar con variedad de ingredientes para la elaboración de la gastronomía guatemalteca.
58. Tendencia del visitante a consumir comida veganay vegetariana, con sabores autóctonos.
59. Requerimiento local de programas de fortalecimiento a empresarios, autoridades y sectores involucrados.
60. Planificación de infraestructura vial para la integración de rutas y circuitos gastronómicos.
61. Tendencia a realización de visitas guiadas en todas las ciudades city tour.
62. Programas de apoyo al sector público y privado (infraestructura, donaciones, asesoramiento, equipo).
63. Crear productos o servicios que atraigan al turismo.
64. Abrir al mundo el destino turístico y dar a conocer su economía.
65. Aprovechar fronteras que tiene el país.
66. Competitividad: apoyo y participación equitativa profesional.
67. Festivales de temporada de productos únicos, como Tz'ikin Ché y Cericate.
68. Gestionar por medio de instituciones o empresas privadas la visita y apoyo de profesionales.
69. Interés del sector (operadores de turismo, medios internacionales, chefs)
70. Mostrar el potencial gastronómico local a cocineros y chefs.
71. Promover la integración de las culturas locales en presentaciones gastronómicas.
72. Puesta en valor del producto.
73. Motivación.
74. Oportunidad de ofrecer productos.

## DEBILIDADES

1. Platillos tradicionales olvidados.
2. Poca innovación de empresarios locales, como propuesta de la nueva cocina regional.
3. Poca innovación.
4. Poca formación académica, en especial de la gastronomía local.
5. Poca capacitación de personal.
6. Falta de capacitación para comunicarse en otros idiomas con el cliente.
7. Falta de capacitación para transmitir conocimientos al cliente y proporcionar un mejor servicio.
8. Reeducar a la gente.
9. Carencia de empoderamiento de la información.
10. Actores que no comparten conocimientos.
11. Escaso intercambio de experiencias con otros prestadores de servicios.
12. Poca observancia de normas de calidad sanitaria.
13. Poca cultura de servicio.
14. Personal que no acata el orden y la higiene necesaria para ofrecer un producto de calidad.
15. Poca cultura y valorización de prácticas tradicionales.
16. No se potencializan ingredientes, ni beneficios de salud y económicos.



17. Pérdida de ingredientes de cada entorno.
18. Ausencia de información de lugares turísticos.
19. Poca divulgación de información existente.
20. Desconocimiento de procesos.
21. Poca o nada de investigación y documentación.
22. Poco o nada de fondos para investigación y divulgación.
23. Pocos fondos para investigación constante enfocada en la innovación.
24. Poca promoción de la gastronomía local y poca promoción de tours gastronómicos.
25. Pocas oportunidades de empleo.
26. Carreteras panorámicas no están diseñadas para el segmento de turismo gastronómico.
27. Infraestructura vial en mal estado.
28. Calidad de infraestructura turística.
29. INGUAT no promueve todos los lugares turísticos de Guatemala y se enfoca en dos o tres regiones.
30. No se ejecutan planes de ordenamiento territorial en beneficio de la gastronomía.
31. Pocos productos regionales para procesos de platillos.
32. Importación de materia prima.
33. Poco o nada de apoyo financiero a MIPYMES de la actividad gastronómica.
34. Poco o ningún apoyo económico para emprendimiento.
35. Poco capital semilla para emprendedores.
36. Pocos incentivos para personas del área de alimentos.
37. Poca observancia de política de país para incentivar el emprendimiento en cada destino o comunidad.
38. Poco desarrollo de productos específicos (fiestas temáticas, experiencias únicas e inolvidables)
39. Pocas rutas gastronómicas definidas.
40. No se reconoce a personas e instituciones no gubernamentales que promocionan nuevos rubros de desarrollo turístico en los departamentos.
41. Poca o ninguna información sobre proveedores, productos, rutas, etc.
42. Incompleto inventario de platillos típicos.
43. Poca valoración de la cocina local.
44. Poco realce en la gastronomía local.
45. Poco o nada de identidad cultural y orgullo nacional por la gastronomía.
46. No se integra la gastronomía local.
47. Desconocimiento en la preparación de productos regionales.
48. Pérdida de la tradición culinaria.
49. Conformismo de actores locales.
50. Pocos planes de negocios.
51. Poco involucramiento de personas interesadas en actividades gastronómicas.
52. Poco interés en actividades de gastronomía.
53. Poca conexión entre productor calificado y consumidor final.
54. Actividades culturales y gastronómicas no calendarizadas.
55. Medio ambiente descuidado y turismo que ya no regresa.
56. Poca cultura sobre huertos en los hogares.
57. Impactos negativos al ambiente por parte de la ganadería extensiva y las grandes extensiones de monocultivos.
58. Poca identificación de líderes gastronómicos locales. No han sido expuestos.
59. Poca identidad.
60. Poco empoderamiento de lo local.
61. Recetas no estandarizadas.
62. Platillos deben ser atractivos para el turista.
63. Poca o nada de degustación de platillos del lugar.
64. Poco involucramiento de instituciones en dar a conocer destinos y cultura gastronómica.
65. Poca disposición de autoridades en apoyo al turismo.
66. Pérdida de valores y procesos desde el núcleo familiar.
67. Escasa oferta de platillos típicos.
68. No existe promoción de la gastronomía local.
69. Pocos canales de comercialización para productores.
70. Poca valorización que da el guatemalteco a la comida tradicional.
71. Desinterés de las nuevas generaciones por la comida tradicional.
72. Interés en comida rápida que desplaza a la comida tradicional.
73. No contar con tiempo, ni oportunidades.
74. Tendencia de no cocinar en casa.
75. Poco o nada de información de lugares y restaurantes de gastronomía guatemalteca.
76. Malos hábitos alimenticios.
77. Uso de productos de baja calidad.
78. Consumo de alimentos de menor calidad por bajo costo, pero perjudiciales para la salud, utilizando productos no nacionales, lo que traslada los beneficios a otro sector.
79. Pérdida de cultura culinaria.
80. Mala transmisión de recetas entre generaciones.
81. Antepasados que se han llevado recetas y se ha perdido su legado.
82. Desinterés por aprender recetas de la manera correcta.

83. Desvalorización del productor tradicional.
84. Problemas de logística para transportar ingredientes dentro del país y turistas.
85. Desinterés en cultivos de traspatio.
86. Cambiar el concepto de recetas tradicionales por ingredientes locales.
87. Mal manejo de recursos naturales.
88. Desconocimiento y poco uso de plantas nativas.
89. Dificultad en la innovación de la elaboración de recetas tradicionales.
90. Poco o nada de recursos para apoyar a emprendedores nacionales en el área de la gastronomía.
91. Desinterés institucional por el fortalecimiento de las comidas tradicionales.



Foto: Dunia Ramirez, Dulzura chapina.

## AMENAZAS

1. Globalización.
2. Invasión de comidas extranjeras.
3. Influencia de comidas extranjeras.
4. Franquicias internacionales que se apoderan del mercado local.
5. Modelos de desarrollo de la gastronomía de otros países.
6. Cambio climático que afecta la producción de alimentos (agricultura, ganadería y piscicultura).
7. Preferencia de clientes por la gastronomía no tradicional.
8. No se conservan semillas de hierbas y granos regionales por presencia de semillas transgénicas y especias.
9. Percepción negativa hacia el país en cuanto a seguridad e higiene, a nivel local como en el extranjero.
10. Competencia de destinos gastronómicos de países de la región latinoamericana.



# Glosario

**Agroturismo:** actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía.

**Atractivos turísticos:** es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística.

**Comités de Autogestión Turística:** grupos civiles organizados legalmente y representativos que coordinan la descentralización de la actividad turística en el ámbito local.

**Conectividad aérea:** capacidad de las empresas aéreas de hacer conexiones, dadas facilidades aeroportuarias, de aeronavegación y aeronaves.

**Corredor turístico:** línea de unión entre áreas, polos, zonas, complejos, núcleos, atractivos o puertos de destino, que sirven para el traslado de unos a otros por rutas seleccionadas entre aquellas que cuenten con una mayor distribución lineal de atractivos ubicados sobre las mismas o fácilmente conectados a ellas y que pueden ser visitados a lo largo del trayecto. Trayendo dentro de una ruta turística o que parte de ella, hasta un centro receptor y que contiene atractivos y facilidades turísticas.

**Demanda turística:** es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor. Conjunto de bienes o servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino.

**Desarrollo turístico sostenible:** atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas respetando al

mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

**Encadenamientos productivos:** consisten en un conjunto de empresas que deciden interactuar de forma especial entre sí para aumentar sus niveles de competitividad.

**Estacionalidad turística:** característica del fenómeno turístico ocasionada por la concentración de la afluencia de viajeros en ciertos meses del año coincidente por lo común con las épocas de vacaciones estudiantiles imperantes en el país, generándolo que se ha llamado saturación y sobredemanda en alta estación.

**Excursionista:** toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él menos de 24 horas.

**Facilidades turísticas:** alojamiento, alimentación, amenidades turísticas, infraestructura y servicios necesarios para el turista, accesibilidad y transporte) son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Sin ellas el recurso turístico rara vez constituye un producto turístico y la calidad es un instrumento de integración de los diferentes componentes del mismo.

**Flujo de visitantes:** resultado cuantificado del desplazamiento temporal y motivado de viajeros, que desde el lugar de domicilio habitual se dirigen a otros lugares de destino que ofrecen bienes y servicios turísticos.

**Gasto turístico:** consumo realizado por los visitantes, en términos de valor de los bienes y servicios utilizados durante su desplazamiento y su permanencia en el lugar de destino.

**Gastronomía:** Según refiere la OMT, es un componente esencial de la historia, la tradición y la identidad, se ha convertido también en un motivo importante para visitar un destino.

**Inteligencia de mercados:** conocimiento del comportamiento de las variables críticas que definen un mercado objetivo.

**Jerarquización turística:** es el procedimiento por el cual se comparan los atractivos y equipamiento turístico pertenecientes a un universo en estudio, con las condicionantes establecida en una lista de evaluación a los efectos de establecer una escala de importancia relativa.

**Índice de competitividad turística:** es una medida de los factores que hacen atractivo realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector de viajes y turismo de un país específica, en consecuencia, no se debe confundir este índice como una medida de la atraktividad del país como destino turístico.

**Oferta turística:** conjunto de infraestructura, atractivos y servicios puestos a disposición del turista.

**Patrimonio cultural:** conjunto de lugares, bienes, conocimientos tradicionales y manifestaciones que forman parte, tanto de una nación, región o localidad, como de sus habitantes y que se deben preservar para el disfrute de la comunidad.

**Patrimonio natural:** incluye la biodiversidad, las especies en vías de extinción y el plasma genético, respecto de cuyo régimen legal no existen plenas coincidencias en el derecho internacional.

**Planta turística:** subsistema integrado por el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos) y las instalaciones turísticas.

**Puesta en valor:** adecuación de un lugar, comarca o comedor para ser vendido turísticamente.

**Ruta gastronómica:** Según refieren las instituciones más representativas del sector es un itinerario con un origen, dimensión territorial, y configuración estructural específica que enlaza destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción, creación, transformación, evolución, preservación, salvaguarda, consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimentario de la humanidad.

**Segmento de mercado:** diversas categorías

de visitantes potenciales, divididos por criterios demográficos (por ejemplo: edad, renta, procedencia).

**Turismo accesible:** es una forma de turismo que implica un proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con necesidades especiales de acceso (en distintas dimensiones, entre las de movilidad, visión, audición y cognición) funcionar independientemente con igualdad y dignidad, gracias a una oferta de productos, servicios y entornos de turismo diseñados de manera universal.

**Turismo emisor:** son los visitantes residentes que se desplazan a otros países, por un tiempo inferior a 12 meses por cualquier motivo, excepto para obtener una remuneración en el lugar de destino, cambiar residencia, buscar trabajo, etc.

**Turismo gastronómico:** La OMT lo define como un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades.

**Turismo interno:** son los visitantes residentes en el país que se desplazan fuera de su entorno habitual, pero dentro del país, por un periodo menor a un año y cuyo propósito principal no sea el percibir una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, entre otros.

**Turismo receptivo:** son los visitantes de otras naciones que se desplazan a un país en su calidad de no residentes, por un periodo menor a un año por cualquier motivo, excepto para obtener una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, inmigrantes, entre otros.

**Turista:** personas que se trasladan de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.

**Visitante:** es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior de 12 meses y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. Incluye a los turistas y excursionistas.



# Siglas y acrónimos

|                 |                                                                           |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------|
| AGEXPORT:.....  | Asociación Guatemalteca de Exportadores                                   |
| CAMAGRO:.....   | Cámara del Agro de Guatemala                                              |
| CAMTUR:.....    | Cámara de Turismo de Guatemala                                            |
| CAT:.....       | Comités de Autogestión Turística                                          |
| CCG:.....       | Cámara de Comercio de Guatemala                                           |
| CIG:.....       | Cámara de Industria de Guatemala                                          |
| COCODE:.....    | Consejos Comunitarios de Desarrollo                                       |
| CODEDE:.....    | Consejos Departamentales de Desarrollo                                    |
| COMUDE:.....    | Consejos Municipales de Desarrollo                                        |
| CONADI:.....    | Consejo Nacional para la Atención de Personas con Discapacidad            |
| CONAP:.....     | Consejo Nacional de Áreas Protegidas                                      |
| DPM:.....       | Departamento de Planificación Municipal                                   |
| INGUAT:.....    | Instituto Guatemalteco de Turismo                                         |
| INTECAP:.....   | Instituto Técnico de Capacitación y Productividad                         |
| MAGA:.....      | Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación                       |
| MARN:.....      | Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales                               |
| MCD:.....       | Ministerio de Cultura y Deportes                                          |
| MINECO:.....    | Ministerio de Economía                                                    |
| MINEDUC:.....   | Ministerio de Educación                                                   |
| SEGEPLAN: ..... | Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de Guatemala |
| OMT:.....       | Organización Mundial de Turismo                                           |
| USAC:.....      | Universidad de San Carlos de Guatemala                                    |



Foto: INGUAT

# Referencias

- INGUAT. Instituto Guatemalteco de Turismo. (2018) Turismo y Gastronomía de las 7 Regiones Turísticas de Guatemala. El Sabor de Guatemala. Guatemala. D'buk Editors.
- INGUAT. Instituto Guatemalteco de Turismo. (2014) Plan Maestro de Turismo Sostenible para la República de Guatemala 2015-2025. Guatemala.
- INGUAT. Instituto Guatemalteco de Turismo. (2014) Política Nacional de Turismo Sostenible para la República de Guatemala, Año 2012-2022. Guatemala.
- INGUAT. Instituto Guatemalteco de Turismo. (2013). Encuesta de gasto de turismo receptor, datos preliminares encuesta del gasto 2014. Base: 106 954 entrevistas. Guatemala.
- INGUAT. Instituto Guatemalteco de Turismo. (2012). Raíces Mayas de la Gastronomía Guatemalteca. Guatemala.
- Molivatis, Mirciny. (2015). Viviendo la Receta. Guatemala. D'buk Editors. Guatemala.
- OMT. (Organización Mundial del Turismo). (2017) Second Global Report on Gastronomy Tourism. Red de Gastronomía, Plan de Acción 2016-2017. Madrid, España, OMT.
- OMT. (Organización Mundial del Turismo). (2014) Global Report on Shopping Tourism. AM Reports, Vol.8. Madrid, España, OMT.
- OMT. (Organización Mundial del Turismo). Tendencias del Turismo hacia 2030. Madrid, España, OMT.
- SEGEPLAN. Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de Guatemala. (2017). Guía para la Formulación de Políticas Públicas. Guatemala.

## REFERENCIAS VIRTUALES

- Secretaría de Turismo. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. Manual de Turismo Gastronómico. Argentina. Recuperado. Página web: <https://www.yvera.tur.ar/cocinar/documentos/9f6b722f-1b8f-4adc-b631-e84b4083442a.pdf>
- OMT. (Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center). (2019). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico, OMT, Madrid. Recuperado: <https://doi.org/10.18111/9789284420995>.



# Índice analítico

- Actividades religiosas y asuetos nacionales
- Adaptación al cambio climático
- Análisis de actores
- Apoyo técnico y financiero a MIPYMES
- Barreras arquitectónicas
- Beneficiarios de la Estrategia.
- Calendarización de actividades culturales
- Calendarización de eventos gastronómicos
- Características de la gastronomía por región turística
- Carreteras panorámicas
- Cartera de proyectos
- Código de ética
- Comercialización de productos gastronómicos (dentro y fuera del país)
- Comunicación
- Coordinación del segmento de turismo gastronómico
- Denominación de origen de productos gastronómicos
- Derechos de autor
- Destino de turismo gastronómico
- Dificultades al implementar la Estrategia
- Disposición de actores locales al implementar la Estrategia
- Enseñanza del idioma inglés
- Especies endémicas de flora y fauna
- Estacionalidad turística
- Estándares de calidad
- Estrategia Nacional de Turismo Gastronómico -ENTG-
- Eventos gastronómicos (nivel nacional o internacional)
- Eventos importantes de turismo gastronómico
- Financiamiento de MIPYME
- Financiamiento para implementación de Estrategia
- Fusión de gastronomía
- Gastronomía como motivo de viaje
- Gastronomía y artesanía local
- Gastronomía guatemalteca
- Gastronomía tradicional
- Gastronomía no tradicional
- Implementación de la Estrategia
- Importancia de turismo gastronómico en economía local
- Inclusión de la mujer en la economía local
- Ingeniería de gestión
- Innovación en gastronomía guatemalteca
- Inventario de atractivos turísticos
- Inventario de cocineras tradicionales
- Inventario de comercializadores de alimentos
- Inventario de infraestructura vial
- Inventario de procesadores de alimentos
- Inventario de productores de alimentos
- Investigación
- Manejo del agua
- Manual de buenas prácticas
- Marcas con denominación de origen
- Narrativas locales
- Organizadores de eventos gastronómicos
- Paradores turísticos
- Participación de comensales en la cocina
- Percepción del visitante
- Personas con discapacidad
- Plan de implementación de la Estrategia
- Planes de negocios
- Planificación de marketing
- Prestadores de servicios de alimentación
- Priorización de proyectos
- Productores de alimentos
- Productos gastronómicos de origen
- Propiedades nutritivas o curativas de plantas locales
- Puesta en valor de la gastronomía
- Reconocimiento público de méritos
- Rectoría de la actividad turística
- Regiones que sobresalen por su gastronomía
- Registro de chefs y cocineros tradicionales
- Registro de la Propiedad Intelectual de Guatemala
- Registros sanitarios
- Rescate y protección de gastronomía tradicional
- Rutas gastronómicas
- Rutas turísticas
- Sanidad / Saneamiento
- Sello de calidad de gastronomía tradicional
- Sistema educativo
- Situación actual del segmento de turismo gastronómico
- Subsectores del sector turismo
- Tecnología
- Tecnología aplicada a la prestación de servicios turísticos
- Tecnología aplicada al segmento de turismo gastronómico
- Temporalidad del turismo
- Tendencias de la gastronomía
- Tendencias del segmento de turismo gastronómico
- Visión y misión

# Indice de gráficas y tablas

## Gráfica

- |    |                                |         |
|----|--------------------------------|---------|
| 1. | Ciclo de vida de los segmentos | Pág. 66 |
|----|--------------------------------|---------|

## Tablas

- |     |                                                                    |         |
|-----|--------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.  | Llegadas de visitantes no residentes según segmento. Periodo 2018. | Pág. 1  |
| 2.  | Fortalecimiento institucional                                      | Pág. 14 |
| 3.  | Coordinación interinstitucional                                    | Pág. 14 |
| 4.  | Sistemas de información y estadísticas                             | Pág. 18 |
| 5.  | Cooperación internacional y gastrodiplomacia                       | Pág. 22 |
| 6.  | Salvaguardar el patrimonio                                         | Pág. 35 |
| 7.  | Sostenibilidad ambiental                                           | Pág. 35 |
| 8.  | Sostenibilidad económica empresarial                               | Pág. 36 |
| 9.  | Sostenibilidad turística                                           | Pág. 36 |
| 10. | Construcción y mejoramiento de infraestructura                     | Pág. 46 |
| 11. | Mercados municipales                                               | Pág. 46 |
| 12. | Normativas y requerimientos Sello Q                                | Pág. 55 |
| 13. | Cultura y formación turística                                      | Pág. 58 |
| 14. | Calidad en el servicio                                             | Pág. 59 |
| 15. | Encadenamiento productivo y asociatividad                          | Pág. 59 |
| 16. | Ordenamiento territorial                                           | Pág. 60 |
| 17. | Análisis de competencia                                            | Pág. 70 |
| 18. | Análisis de competencia internacional                              | Pág. 72 |
| 19. | Promoción de la oferta turística                                   | Pág. 73 |
| 20. | Ferias y festividades turísticas                                   | Pág. 73 |
| 21. | Relaciones Públicas                                                | Pág. 74 |
| 22. | Entorno de establecimientos gastronómicos                          | Pág. 78 |
| 23. | Evaluación y seguimiento                                           | Pág. 82 |



# Entidades participantes

- Artesanos (Grupos de)
- Asociación Guatemalteca de Exportadores -AGEXPORT-
- Cámara de Comercio de Guatemala
- Cámara de Industria de Guatemala -CIG-
- Cámara de Turismo de Guatemala -CAMTUR-
- Cámara del Agro de Guatemala -CAMAGRO-
- Chef (Grupos de)
- Cocineros (Grupos de)
- Cocineros tradicionales (Grupos de)
- Comercializadores de alimentos (Grupos de)
- Comité Académico de Turismo -COMATUR-
- Comités de Autogestión Turística -CAT-
- Consejo Nacional de Áreas Protegidas -CONAP-
- Consejos Comunitarios de Desarrollo -COCODE-
- Consejos Departamentales de Desarrollo -CODEDE-
- Consejos Municipales de Desarrollo -COMUDES-
- Delegaciones regionales del INGUAT
- Dirección de Planificación Municipal DPM
- Escuelas privadas de gastronomía
- Establecimientos de educación (Asociación de)
- Gremial de Restaurantes de Guatemala
- Guías para turistas (Asociación de)
- Instituto Técnico de Capacitación y Productividad -INTECAP-
- Medios de comunicación social (escritos, radio, televisión, redes sociales)
- Mesa Nacional de Gastronomía
- Mesas Departamentales de Turismo
- Ministerio de Agricultura y Ganadería -MAGA-
- Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales -MARN-
- Ministerio de Cultura y Deportes -MCD-
- Ministerio de Economía -MINECO-
- Ministerio de Educación -MINEDUC-
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social -MSPAS-
- Ministerio de Trabajo y Previsión Social -MINTRAB-
- Municipalidades en todo el territorio nacional
- Operadores de turismo (Gremial de)
- Procesadores de alimentos (Grupos de)
- Productores de alimentos (Grupos de)
- Restauranteros (Grupos de)
- Restaurantes (Gremial de)
- Secretaría de Turismo de Guanajuato, México
- Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -SEGEPLAN-
- Sistema Nacional de Consejos de Desarrollo Urbano y Rural
- Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-
- Universidades privadas de Guatemala

# Créditos

## Autoridades superiores

|                                      |                                                 |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Lic. MBA. Jorge Mario Chajón Aguilar | Dirección General                               |
| Msc. Lic. Juan Pablo Nieto Cotera    | Subdirector General                             |
| Lic. Ericka Guillermo                | Directora de Desarrollo de Producto Turístico   |
| Lic. Álvaro Bautista                 | Director de la Dirección de Mercadeo Turístico  |
| Lic. Julio Hernán Oliva              | Director de la Dirección Administrativa         |
| Ing. Pablo Jiménez Chang             | Jefe del Departamento de Planeamiento Turístico |

## Equipo técnico

|                                   |                                               |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------|
| Lic. Ericka Guillermo             | Directora de Desarrollo de Producto Turístico |
| Licda. Alejandrina Silva Menéndez | Jefe de la Sección de Patrimonio Cultural     |
| Dr. Julio Antonio Girón Beteta    | Coordinador técnico                           |
| Chef Ana Mercedes Ravanales       | Asesora de la Dirección General               |
| Ingrid B. García                  | Edición                                       |
| Rosa Samperio                     | Adaptación y Diseño.                          |

## Colaboradores internacionales

|                       |                                                                      |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Lic. Fernando Olivero | Secretario de Turismo Estado de Guanajuato, México                   |
| Lic. Rogelio Martínez | Director de Productos Turísticos Secretaría de Turismo de Guanajuato |
| Chef Palmiro Ocampo   | Por la Embajada de Perú en Guatemala, PROMPERÚ                       |

## Otras colaboraciones del INGUAT

|                                     |                                                    |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Arq. Ana Lucrecia Gordillo Sandoval | Jefe de la Sección de Estudios y Proyectos         |
| Licda. Mariela López                | Coordinadora de la Unidad de Segmentos Turísticos  |
| Lic. José María Aguilar             | Jefe del Departamento de Investigación de Mercados |
| Ing. María Isabel Fernández         | Asesora de la Subdirección General                 |

## Colaboradores especiales

|                                |                                                           |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Dr. Raúl Herrarte              | Director, Área de Gastronomía, INTECAP                    |
| Licda. Nancy Mejía             | Directora Ejecutiva de CAMTUR                             |
| Sr. Carlos Mansilla            | Presidente Comité Organizador de Feria Alimentaria        |
| Sr. Salvador Contreras         | Gremial de Restaurantes                                   |
| Chef María del Rosario Álvarez | Sabor a Guate Tours Gastronómicos en Quetzaltenango       |
| Lic. Iván Buitron              | Representante de AGEXPORT                                 |
| Lic. Rolando Rubio             | Dirección General del Patrimonio Cultural Intangible, MCD |
| Licda. Karla Caballeros        | Directora Ejecutiva de CAMAGRO                            |
| Chef Titi Bruderer             | Academia Gastronómica Las Margaritas                      |
| Lic. José Miguel Gaitán Dávila | Docente de la Carrera de Turismo y Hotelería, URL         |

## Delegados y subdelegados Oficinas regionales del INGUAT

*Colaboradores en la coordinación de los talleres realizados para la formulación de la presente Estrategia.*

|                                             |                                                         |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Ing. Silvia Villamar Barrera                | Coordinadora de las Oficinas Regionales y Subregionales |
| Ing. Anneliese López                        | Delegada subregional, Alta Verapaz                      |
| Evelin Orellana Leiva                       | Delegada subregional, Izabal                            |
| Licda. Sonia Beatriz Muñoz Saenz            | Delegada subregional, Chiquimula y Zacapa               |
| Licda. Juliana Skaggs                       | Delegada regional, Sacatepéquez                         |
| Licda. Patricia del Rosario Pérez Rabanales | Delegada regional, Quetzaltenango                       |
| Marco Antonio Xicay Póz                     | Delegado subregional, San Marcos y Totonicapán          |
| Kinberly Estefania de León                  | Delegada subregional, Retalhuleu y Suchitepéquez        |
| Licda. Kathleen Squart                      | Delegada regional, Petén                                |
| Licda. Nelly Flores                         | Asistente regional, Petén                               |



# Anexo I

## Presupuesto por año para la implementación de la Estrategia del Segmento de Turismo Gastronómico.

| No. Eje | Descripción del eje estratégico                        | 2019       | 2020         |
|---------|--------------------------------------------------------|------------|--------------|
| 1       | Marco Institucional                                    | -          | 285.000,00   |
| 2       | Sistema de Información Turística                       | -          | 405.000,00   |
| 3       | Instancias Nacionales e internacionales                | -          | 355.000,00   |
| 4       | Desarrollo Turístico Sostenible                        | -          | 539.000,00   |
| 5       | Consolidación y Diversificación de la Oferta Turística | -          | 3.105.000,00 |
| 6       | Marco de Competitividad                                | 70.000,00  | 1.180.000,00 |
| 7       | Mercadeo Turístico                                     | 645.000,00 | 2.063.000,00 |
| 8       | Programa Nacional de Seguridad Turística               | -          | 10.000,00    |
|         | Evaluación y Seguimiento de la estrategia              | -          | 60.000,00    |
|         |                                                        | 715.000,00 | 8.002.000,00 |

| 2021          | 2022         | 2023         | 2024         | 2025         |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 245.000,00    | 245.000,00   | 245.000,00   | 245.000,00   | 245.000,00   |
| 405.000,00    | 405.000,00   | 405.000,00   | 405.000,00   | 405.000,00   |
| 355.000,00    | 355.000,00   | 355.000,00   | 355.000,00   | 60.000,00    |
| 349.000,00    | 349.000,00   | 349.000,00   | 349.000,00   | 349.000,00   |
| 4.905.000,00  | 4.405.000,00 | 2.905.000,00 | 2.905.000,00 | 2.905.000,00 |
| 1.180.000,00  | 1.180.000,00 | 1.180.000,00 | 1.180.000,00 | 1.180.000,00 |
| 3.058.000,00  | 1.913.000,00 | 2.233.000,00 | 1.918.000,00 | 2.238.000,00 |
| 10.000,00     | 10.000,00    | 10.000,00    | 10.000,00    | 10.000,00    |
| 10.000,00     | 10.000,00    | 10.000,00    | 10.000,00    | 10.000,00    |
| 10.517.000,00 | 8.872.000,00 | 7.692.000,00 | 7.377.000,00 | 7.402.000,00 |



## Anexo II



### Lista de participantes en los talleres de Diagnóstico y Validación de la Estrategia Nacional de Turismo Gastronómico, en las siete regiones turísticas de Guatemala 2018.

Rolando Cutzán Pérez  
Erick Jair Ruiz González  
Rebeca de León  
Ivania Sibuan  
Elena Camajá López  
Susane Brichoux  
Joey Rangel/  
María Aspueac  
María del Carmen Machán  
Lucky García de Iteli  
Isabel Méndez Haeussler  
Elisa Archila  
Maneline Lucía Valdez  
José María Sarti  
Flor Mendieta  
Mónica de Reyna

COSEDER  
INTECAP  
Kukul Tales  
CAT Sacatepéquez  
CAT Sacatepéquez  
CAT Sacatepéquez  
Canal Antigua  
Asoc. Mujeres de San Lucas  
D'Carmen  
CAT Camino Pokom, Alta Verapaz  
CAT Camino Pokom, Alta Verapaz  
CAT Alta Verapaz  
CAT Alta Verapaz  
Ciudad  
Corpoeventos  
ACAM

Oscar María Miranda  
Jaqueline Sarti  
Delfina Méncos García  
Roberto Moreno Castro  
Skarleth Haeussler  
Débora Elizabeth Rivera  
Cecilia Verónica López de León  
Charlene Analí Ríos Rosales  
Lili Corina Suas Argueta  
Lisbeth Gómez  
José Eduardo Santizo Paíz  
Edgar Vinicio Ardón Lux  
Venancio Morales  
Isaí Romero Díaz  
Carlos Velásquez  
Josue López Arévalo

Hotel Hawai Paradise ,Alta Verapaz  
CAT Camino Pokom , Alta Verapaz  
CAT Camino Pokom, Alta Verapaz  
Hotel San Rafael, Alta Verapaz  
CAT Camino Pokom, Alta Verapaz  
Restaurante Mayer  
Restaurante Mayer  
Restaurante Mayer  
Servicios Di Que Si  
Guatemagica  
Hotel Playa Paraíso  
INTECP, Retalhuleu  
ASOPECHAMP, Pescador, Retalhuleu  
ASOPECHAMP, Pescador, Retalhuleu  
ASOPECHAMP, Pescador, Retalhuleu  
Quetzaltenango





Jorge Armando Tobar Ixcoy  
Iron Castillo Gómez  
Olga Cifuentes  
Telma del Rosario Alvares R.  
Lidia E. Matul Cutzal  
Raquel García  
Miriam Nimatuy  
Carlos Benjamín Tale G.  
Marvin Godínez  
Jorge Herrera Motta  
Gabriela de Wood  
Pepe Fuentes  
Ángel Ivan Yoc  
Juan José Ramírez  
Daniel Poz  
Leticia Castellanos  
Nadya Peña  
Ana Lucía Aldana  
Cinthia Ortega  
Yolanda Hernández  
Erick Batz  
Heydi Barillas  
Karla Josseline Morán Villeda  
Festo Geovani Blanco Arana  
Jenifer Isabel De Leon  
Luis Alberto Carrillo Maldonado  
Carlos Humberto morales López  
María Gabriela Lucero  
Roberto Avilés  
Mike Morales  
Oscar David España Pineda  
Osman Morales  
María Aurora de Landaverde

Quetzaltenango  
Casa Huehuetenango  
Fitos restaurantes  
A.E.M. Quetzaltenango  
A.E.M. Quetzaltenango  
A.E.M. Quetzaltenango  
A.E.M. Quetzaltenango  
Xelac  
Xelac  
Turismo Municipalidad de Salcajá  
Asociación de Tour Operadores  
Hotel Maya INN  
San Marcos  
Molienda Don Nicolás  
Petén  
Petén  
Zacapa  
Chiquimula  
Izabal  
Izabal  
Izabal  
Izabal  
Izabal  
Izabal  
Izabal Gastronómica  
INTECAP, Chiquimula  
Municipalidad de Flores  
Petén  
Chiquimula  
Chiquimula  
Mal trago Bar, Alta Verapaz  
Hotel y Restaurante San Vicente,

Tahira Yadira Buenafe  
Alejandra Aguilar Wellmann  
Dennis Chavarría  
Juan Pablo Requena  
Gustavo Ponce  
Eduardo Thomae del Valle  
Ana Paula Solano García  
Delfina Mecos García  
Delfina García Iglesias  
Sofía Alcaraz Espadero  
Sebastian Pau Paua  
Lidia Ramírez  
Ana Maria Cahuec  
Wilfred Alexander Jor Max  
Gilda Jamilex Calel Bac  
Ericka Alvarado Ponce  
Roberto Moino Castro  
Paula Enríquez  
Cayturla Rosa  
Virginia Berganza  
Velvet Ruiz Roldan  
Irene Chó Chugúa  
Humberto Nuila Girón  
Iris Alvarado de Nuila  
Alama Fidelina Teni  
Kenia Velázquez  
Angélica Pérez  
Luis Arturo Cabrera  
Mónica Vásquez Grajeda  
Cristian García Jauria  
Eduardo Miselela  
Luis Funes  
Henry Ovando

Alta Verapaz  
Mochrios Café, Alta Verapaz  
Consultora de Turismo, Alta Verapaz  
La Cocina del Chef Denis, Alta Verapaz  
Don Chicharrón Cobán, Alta Verapaz  
Bella Verapaz Hotel y Restaurante  
Casa Kirvá Hotel  
INTECAP, Alta Verapaz  
CAT Camino Pokom  
CAT Camino Pokom  
Municipalidad de Cobán,  
Ticha Lux, Alta Verapaz  
La Abuelita, Restaurante, Alta Verapaz  
Hotel y Restaurante San Rafael, Alta Verapaz  
Hotel y Restaurante San Rafael, Alta Verapaz  
Hotel y Restaurante San Rafael, Alta Verapaz  
Hotel Portal Cham, Alta Verapaz  
Hotel y Restaurante San Rafael, Alta Verapaz  
CREADI, Alta Verapaz  
Fovereverbiosdai, Alta Verapaz  
Café y Vinos, Alta Verapaz  
La Casita del Cup Kake, Alta Verapaz  
La Casita del Cup Kake, Alta Verapaz  
La Casa de la Crepe, Alta Verapaz  
La Casa de la Crepe, Alta Verapaz  
FRIPO, Alta Verapaz  
FRIPO, Alta Verapaz  
INTECAP, Alta Verapaz  
TUHULUX, Alta Verapaz  
Casa Kina Hotel, Alta Verapaz  
Café y Vinos  
Grupo Rans, Retalhuleu  
Retalhuleu



|                                |                                         |                               |                                               |
|--------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------|
| Augusto Tiguila                | La proa, Retalhuleu                     | Fernando Huitz                | Artesanías de Quetzaltenango                  |
| Zonia Odilia Coyoy             | Marranería Juanita Retalhuleu           | Airon Castillo                | Artesanías de Quetzaltenango                  |
| Silvia Leticia Villatoro       | Marranería Juanita Retalhuleu           | Walter Mateo Alvaro Par       | Expo y Casa Huehuetenango                     |
| Evelin yessenia Itzep          | INTECAP, Retalhuleu                     | Gleslin Viviano López         | Parque Ecológico Chajil Sihuan                |
| Carlos Rezzio                  | Los Guineos, Retalhuleu                 | Angelina Manuela Tun López    | Monte Verde Tom                               |
| Virginia de Abad               | Guatemagica, Retalhuleu                 | Ileana Alvarado               | Quetzaltenango                                |
| Donagi Arriola                 | Los Cubanitos, Retalhuleu               | Jeny Iveth Tiu Bulux          | INTECAP, Quetzaltenango                       |
| Melvin Rafael Reyes López      | MAGA, Retalhuleu                        | Katerine Iveth palacios Tiu   | Restaurante ccc, Quetzaltenango               |
| Héctor Dubón                   | MAGA, Retalhuleu                        | Orquídea Yanneth Say Chan     | Lavandería de Occidente                       |
| Herber Benjamín Adonías López  | Chef, Retalhuleu                        | Rosa Paulina Ordoñez          | Chocolate Even Ezer, Salcajá                  |
| Ashley Lira                    | Cámara de Comercio, Retalhuleu          | Fernando Noe Ixcuquie         | Chocolate Even Ezer, Salcajá                  |
| Rosaura Gramajo                | Lácteos La Quebrada, Retalhuleu         | Wellington Herrera Merida     | ESEM, Quetzaltenango                          |
| Rony Urias Figueroa Rodas      | Bungalos xxxx, Retalhuleu               | Carlos Humberto Molina        | ESEM Tour                                     |
| Humberto Cifuentes Quiroa      | Municipalidad de Retalhuleu             | Aura Veronica López Hernández | URL, Quetzaltenango                           |
| Ninett Vargas de Alvarado      | Municipalidad de Retalhuleu             | María Orfelina Hidalgo        | Candacuchex Tour                              |
| Eladio Ricardo Cifuentes       | Hotel La Cúpula                         | Audelina Rodríguez            | Cooperativa San Lucas                         |
| Isabel Juarez de Rezzio        | Comité Miniriego, Retalhuleu            | Blanca Ruth Ríos              | Hotel y Restaurante Rincón Típico             |
| Samuel Benítez Gómez           | Hotel El Jardín, Retalhuleu             | Victor Elías                  | Tranvía de los Altos                          |
| Carlos Rolando De León         | Municipalidad de Champerico, Retalhuleu | Ester Alvarez Cos             | Municipalidad de San Cristóbal Totonicapán    |
| Juan Ixcoy Chaves              | CAT El Asintal, Retalhuleu              | Pedro Ventura Tabalan         | Marvin's Food Service                         |
| María Fernanda Vásquez Turcios | Productor de Piña, Retalhuleu           | Zandra Ixpatay                | Municipalidad de Olinitepeque, Quetzaltenango |
| Héctor Menéndez                | Cámara de Comercio, Retalhuleu          | Luis Pascual Sac              | Municipalidad de Olinitepeque, Quetzaltenango |
| Regina Aquino Arenas           | DIUNICH, Retalhuleu                     | Yesy Robledo Gómez            | Municipalidad de Olinitepeque, Quetzaltenango |
| Doroteo Juarez Pérez           | Reginas's Catering, Retalhuleu          | Ana Lucrecia Sunum            | Tuchimber, Quetzaltenango                     |
| Juan Ciani                     | APICOSOLOGUA, Retalhuleu                | Rosa María Hurtarte           | AEM, Quetzaltenango                           |
| Gabriela Girón                 | Mesa de competitividad, Retalhuleu      | Ángel Iván Yoc Gómez          | AEM, Quetzaltenango                           |
| Rene Saldañas                  | Mesa de Competitividad, Retalhuleu      | Olgy Cifuentes                | Agroforestales, Quetzaltenango                |
| Mario López                    | MINECO, Retalhuleu                      | Lidia Yohana Rojas            | Fitos Restaurantes                            |
| Irma Alvarado                  | MINECO, Retalhuleu                      | Gladys Violeta Batz Tiu       | Municipalidad de Quetzaltenango               |







Francisco Javier Peché  
 Julio Cesar Cruz Young  
 Celeste Argentina Trujillo  
 Enrico Ferrulli  
 Jennifer Staphanie Marroquin  
 Clara Rosa González  
 Griselda Martínez Herrera  
 Edgar Barillas  
 Alejandro Cruz Chon  
 Julieta Toc Chub  
 Julian Nehemías Quixchan  
 Juan Pablo Chí  
 Gabriela Lucero  
 Meriba Ramírez Soto  
 Gabriela Guadalupe Lima

La Restica, Totonicapán  
 Las Mesitas, Flores, Petén  
 Corpetur, Peten  
 INTECAP, Peten  
 CAT de Flores  
 Municipalidad de San Benito  
 Cooperativa Nuevo Horizonte, Peten  
 Cooperativa Nuevo Horizonte, Peten  
 Naturkakao. S.A. Peten  
 Municipalidad de Flores  
 Municipalidad de Flores  
 Municipalidad de San Andrés  
 Municipalidad de San Andrés  
 Municipalidad de Flores  
 Municipalidad de Sayaxché

Elida Morales de Guzmán  
 Mirian España  
 Byron Hernández  
 Juan Ariel Pop  
 Mónica Samayoa  
 Mirna España  
 Billy Cruz  
 Edgardo Mejía  
 Claudia María Rivas  
 Rony Mendizabal  
 Luis Castillo  
 Lucía Barrios  
 Gabriela Morales  
 Carol Gudiel  
 María José Carpio

El Portal de Yaxhá  
 ASODESTY, Peten  
 Restaurante Mijaro, Peten  
 IDAEH, Peten  
 OMYC, Peten  
 La Danta Restaurante, Peten  
 Peten  
 Turismo Actual, Peten  
 USAC, Peten  
 USAC, Peten  
 IDAEH, Peten  
 Chef Center, Ciudad  
 Mr. Menú, Ciudad  
 Ciudad  
 AGEXPORT







|                         |                                             |                              |                                                |
|-------------------------|---------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------|
| Evelyn Salazar          | CHEF, Ciudad                                | Rina Ivone Contreras         | CAT de Chimaltenango                           |
| Maria Teresa de Leon    | ECE, Ciudad                                 | Evelin Yesenia Sosa          | Hotel Oasis Cham, Alta Verapaz                 |
| Ximena Ovalle           | Panadería Cuchi Cuchi, La Antigua Guatemala | Misael Saers                 | Hotel Hawai Paradise, Monterrico               |
| Salvador Contreras      | AGEXPORT                                    | Osmin Pérez Morales          | Hotel Hawai Paradise, Monterrico               |
| Marla Monzón            | GREGUA, Ciudad                              | Ana María de Miranda         | Hotel Hawai Paradise, Monterrico               |
| Patricia Galvez         | AGEXPORT                                    | Jose Alejandro Morales       | Hotel Hawai Paradise, Monterrico               |
| Claudia Gómez           | Congreso de la República                    | Elliot Castellanos Guillen   | Sacatepéquez                                   |
| Héctor Raúl Herrarte    | Congreso de la República                    | Ángel Estuardo Zuleta        | Bontá                                          |
| Néstor Sical            | INTECAP, Ciudad                             | Luz Illescas                 | Provecho Buffet                                |
| André Shrei             | ACAM, Ciudad                                | Ana Carlos                   | Chocolate D'La taza                            |
| Roberto de la Fuente    | CLIOS, RESTAURANT                           | Gabriela Orive               | Camino del Asombro                             |
| Jose Miguel Gaitán      | Restaurante CLIOS                           | Jairo Cutzán                 | Chef                                           |
| Harris Withbexx         | Gerencia Corpoeventos                       | Rossana Pons                 | COSEDER RL                                     |
| Kenneth Aguilón         | CAMTUR                                      | Silvia Agustina López        | Tío Conejo y Tío Coyote                        |
| Titi Bruderer           | Restaurante el Adove, Ciudad                | María Anita López y López    | AMAESA                                         |
| Iban Buitrón            | Academia las Margaritas, Ciudad             | Evelyn Lizeth Alfaro         | AMAESA                                         |
| Ingrid Sarti            | AGEXPORT                                    | Manuela Quinto Salvador      | Tío Conejo y Tío Coyote                        |
| Ingrid Valenzuela       | ECE                                         | Marvin Eduardo Rodríguez     | Tío Conejo y Tío Coyote                        |
| Marta Lidia Campos      | Aldea Las Escobas, Izabal                   | Carmelina Esperanza Jerónimo | Como Como                                      |
| Xiomara de La Cruz      | Aldea Las Escobas, Izabal                   | Aura Lissethe Quilimaco      | San Lucas Sacatepéquez                         |
| Kleiber Veliz           | FUNDAECO, Izabal                            | María de los Ángeles Cho     | San Lucas Sacatepéquez                         |
| Francisco Pinelo        | Happy Fish, Livingston, Izabal              | María Agosta Vail Ramírez    | San Lucas Sacatepéquez                         |
| Francisco Guzmán        | Asociación Balam                            | María Vicenta López          | San Lucas Sacatepéquez                         |
| Lilian Guerra           | Asociación Balam                            | Berta Cho Vázquez            | San Lucas Sacatepéquez                         |
| Erick Caballeros        | Hotel Puerto Libre                          | Sostenes Salazar             | San Lucas Sacatepéquez                         |
| Abigail Méndez          | Hotel Puerto Libre                          | Wilber Estuardo Saenz Gómez  | CAT Chimaltenango                              |
| Carmen Merlos           | Hotel Puerto Libre                          | Mario Esteban Garzaro        | Hotel Hawai and Paradaise                      |
| Fernando Rivera         | Hotel Puerto Libre                          | Carlos Humberto Morales      | Míster Menú                                    |
| Evelyn Julisa Alvares   | Hotel Puerto Libre                          | José Roberto Guzmán          | INTECAP, Chiquimula                            |
| Andrea Cruz             | Hotel Mar Brisas                            | Luis Cerón                   | INTECAP, Chiquimula                            |
| Maryori Orellana        | Colegio Cristo Rey                          | Francisco Cerón Padilla      | Restaurante Habitat, Chiquimula                |
| Betzy Gamboa            | Hotel Puerto Libre                          | Mario José Lobos Carrera     | Restaurante Habitat, Chiquimula                |
| David Suazo             | Hotel Puerto Libre                          | Mario René Lobos             | Restaurante Cueva de Lobos, Chiquimula         |
| Ronal Gálvez            | Turístico Caribeño                          | Ángel Ricardo Edwards        | Restaurante Cueva de Lobos, Chiquimula         |
| Rigil Kent Argueza      | Turístico Caribeño                          | Anallí Ruth Díaz Medrano     | Restaurante El Dorado, Chiquimula              |
| Heidy Barillas          | Susan Tour                                  | Susana Zacarías Canizales    | Restaurante Donde Carlitos, Chiquimula         |
| Blanca Miranda          | Izabal Gastronómica                         | Sandra Morales               | Restaurante Donde Carlitos, Chiquimula         |
| Silvia Beatriz Renderos | El Estor Izabal                             | Carmen de Cordón             | Finca Los Laureles, Chiquimula                 |
| Daisy Yadira Juarez     | Hotel Puerto Libre                          | Ana Marroquín                | Hostal Casa Vieja, Chiquimula                  |
| Sandra Patricia Morales | Aldea Las Escobas, Izabal                   | Fernando López               | Restaurant La Cabaña del Abuelo                |
| Sully Odeida Morales    | Aldea Las Escobas, Izabal                   | René Cuellar                 | Hotel Grand Caporal, Chiquimula                |
| Silvia Rodríguez        | Aldea Las Escobas, Izabal                   | Oscar Díaz                   | Restaurante 29 grados, Chiquimula              |
| Chelsea Franco          | Aldea Las Escobas, Izabal                   | Melvin Poncio                | Restaurante Charlis Pizza y Buffet, Chiquimula |
| Agustín Renato Estrada  | Puerto Libre                                | Lic. Mario Cruz              | Restaurante Capuccino, Chiquimula              |
| Miguel Ángel            | Amatique Bay                                | Ing. Héctor Antonio Guerra   | MINECO, Chiquimula                             |
| Sergio Hernández        | CONAP                                       | Marcia Aldana                | MAGA                                           |
| Karen Dannisa Castañeda | CONAP                                       | Licda. Elva Tello            | Hotel Pasabien, Rio Hondo                      |
| Jose Benquides          | CONAP                                       | Carmen Duarte                | Ministerio Cultura y Deportes, Chiquimula      |
| Mildred Jamilet Ajte    | Izabal                                      | Ana Lucía Aldana Lorenzo     | Hotel Longarone, Zacapa                        |
| Ronaldo Chacón          | Puerto Libre, Izabal                        |                              | Restaurante Casa Lú                            |
| Gendryc Acevedo         | Asociación Balám                            |                              |                                                |
| Sostenes Salazar        | CONAP                                       |                              |                                                |













Instituto Guatemalteco de Turismo