



## Sala de Prensa

- Comunicado
- Conferencia de Prensa
  
- Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-



### Incluye

- Fotografía

2 Noviembre, 2021

Cómo parte de las acciones que el INGUAT ha continuado impulsando para la recuperación del turismo durante el presente año, el movimiento turístico del país se ha comportado de forma positiva y de acuerdo al Departamento de Investigación y Análisis de Mercados el país ha recibido a 402,254 visitantes internacionales, hasta el 30 de septiembre del año, lo cual ha generado US \$255 millones en concepto de divisas.

Respecto al movimiento de viajes por turismo interno que han realizado los guatemaltecos, las estadísticas reflejan 62,111,827 viajes, lo cual ha incidido en Q.16,040 millones en derrama económica

### **Perspectivas cierre del año**

Para culminar el año, la proyección de movimiento turístico internacional para el cierre del 2021, se proyecta alcanzar la medición conservadora de 598,033 visitantes internacionales y los US \$ 299.47 en divisas. Respecto al turismo interno, se espera alcanzar la proyección optimista de 73,418,123 viajes que incidan en Q.20,124 millones.

### **Inicia la temporada de cruceros para Guatemala**

Este día arrancó oficialmente la temporada de cruceros para Guatemala, con la llegada del Celebrity Millennium a la terminal "Marina Pez Vela" en Puerto Quetzal en Escuintla. El segmento de turismo de cruceros es de suma importancia para Guatemala, ya que permite a los visitantes gozar y conocer por un periodo de 10 a 14 horas las maravillas naturales y culturales que nuestro país ofrece como una muestra, para que más adelante puedan regresar con una estancia más prolongada.

Para la presente temporada que inicia en noviembre de este año y culminará en mayo del próximo año, se espera la llegada de 48 cruceros.

- 23 barcos atracarán en Puerto Quetzal
- 25 del lado del Atlántico en Puerto Santo Tomas de Castilla

Según datos de Investigación y Análisis de Mercados del INGUAT, la temporada anterior 2019-2020, que fue interrumpida por la pandemia de Covid 19, registró la llegada de 93,356 cruceristas con un gasto promedio de US \$179.99 con la llegada de 72 embarcaciones, dejando a la economía guatemalteca entre la compra de un paquete turístico, artesanías, vestuario, joyería, comidas, bebidas entre otros, alrededor de US 15.600 millones de dólares. Dato proporcionado por el estudio BREA realizado por Florida Caribbean Cruise Association- FCCA-.

Según las estimaciones, para la temporada 2021-2022, tomando en cuenta que este número variará de acuerdo a las decisiones de las Líneas de Cruceros respecto a aforos y capacidades, alrededor de 55 mil cruceristas estarán llegando a Guatemala con más de 30 mil tripulantes a bordo.

### **Construcción de la Marca País**

Recientemente se dio a conocer los avances de este proyecto que es liderado por el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, el Ministerio de Relaciones Exteriores y el Ministerio de Economía, con el cual se busca posicionar e identificar positivamente en el mercado internacional a Guatemala y con ello que el país sea capaz de atraer turistas, inversionistas, potencializar las exportaciones así como nuevos negocios.

La Marca País se tipifica como una estrategia de competitividad para Guatemala, para posicionar una imagen positiva en el exterior. Con ello, se pretende atraer inversionistas, turistas y compradores de productos nacionales; disminuir la brecha entre percepción y realidad que se tiene del país fuera de las fronteras y, sobre todo, promocionar las acciones que hacen los guatemaltecos en el mundo.

La construcción de la Marca País incluirá el diagnóstico e investigación de países referentes de

competitividad y emisores para Guatemala en comercio, inversión, turismo como Canadá, Estados Unidos, México, Colombia, España, Reino Unido, Corea, India, China Continental y Japón, la cual se desarrollará en siete fases.

Se espera que la marca país esté culminada al finalizar el primer semestre del 2022. Perú, Colombia y Costa Rica son algunos de los países que cuentan con marca país, y por medio de la buena gestión de la misma, han mejorado su reputación y percepción internacional destacándose por su gastronomía, economía y naturaleza respectivamente.

### **Acciones de Mercadeo**

Dentro de las acciones de mercadeo del mes de mayo a octubre se realizó la Campaña Internacional en los países de Estados Unidos, México y el Salvador en los siguientes medios:

- **TV:** CNNi, CNNe, CNN México,
- **On Line:** CNN.com, CNNGo Streaming, CNN Social Media, Geofencing, Instagram, Kayak, Amadeus, Geofencing, Verizon Media, Uno TV,
- **Impresos:** El Diario de Hoy, La Prensa Gráfica,
- **Exteriores:** Publimovil El Salvador, Pantalla Digital en Times Square, Camiones con pantallas Led en Los Ángeles y New York, Publicidad en Taxis en New York.

En el área de Promoción se impulsaron los destinos de Tikal, La Antigua de Guatemala, Lago de Atitlán y Ciudad de Guatemala en redes sociales por influencers importantes de New York, Ciudad de México y Costa Rica.

Entre las acciones de Comercialización cabe destacar la gira con mayoristas y agencias de viajes de Costa Rica en donde inspeccionaron destinos y servicios turísticos en Antigua Guatemala, Lago de Atitlán, San Juan la Laguna y Ciudad de Guatemala promoviendo la gastronomía y artesanías del país.

DESCARGAR ARCHIVOS (XLS y/o CSV)

FOTOGRAFÍAS

---

### **Source URL:**

<http://209.126.109.93/comunicado-conferencia-de-prensa/guatemala-continua-avanzando-en-la-recuperacion-del-turismo>

### **List of links present in page**

- <http://209.126.109.93/comunicado>
- <http://209.126.109.93/conferencia-de-prensa>
- <http://209.126.109.93/instituto-guatemalteco-de-turismo-inguat>
- <http://209.126.109.93/fotografia>