

**Regional**  
**Proyecto Regional de Turismo Comunitario Maya**  
**PREPARACIÓN DE CARTERA REGIONAL DE PROYECTOS DE TURISMO CULTURAL**  
**COMUNITARIO Y FORMULACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS PARA PROYECTOS**  
**EMBLEMÁTICOS**

**Términos de Referencia**

**I. Antecedentes**

Las comunidades indígenas Mayas de Guatemala, El Salvador, México, Belice y Honduras presentan tasas desproporcionalmente altas de desnutrición, analfabetismo, extrema pobreza y exclusión de mercados y oportunidades económicas. Las mujeres indígenas son las más afectadas por estas disparidades.

Por otro lado, a nivel mundial existe un aumento en el interés en la cultura Maya debido al cambio de era según la cosmovisión Maya (el inicio de un ciclo nuevo conocido como Oxlajuj Baqtun) el cual ocurrió el 21 de diciembre de 2012, según los registros calendáricos. Este aumento en interés puede ser aprovechado para impulsar actividades que beneficien a los descendientes de los antiguos Mayas, los pueblos Mayas vivos de estos países. Más que un punto de llegada, el Oxlajuj Baqtun puede ser un punto de partida que permita iniciar una nueva senda para forjar el desarrollo con identidad de los pueblos Mayas.

Aunque muchas de las comunidades indígenas Mayas de Centroamérica están ubicadas alrededor de sitios arqueológicos de gran importancia (por ejemplo, Tikal, el Mirador, Iximché y Cancún en Guatemala; Palenque y Tulum en México, Xunantunich en Belice y Copan en Honduras), las comunidades, a menudo, están excluidas de los beneficios económicos derivados del turismo, debido a la falta de estructuras empresariales comunitarias adecuadas, infraestructura apropiada y la capacidad técnica necesaria para la provisión competitiva de servicios turísticos.

Aunque son pocas, si existen experiencias exitosas de turismo comunitario desarrollado por comunidades indígenas de Centro América sobre la base de atractivos culturales, arqueológicos o naturales. En Guatemala, un caso paradigmático es la experiencia en turismo comunitario de la Asociación Ak' Tenamit<sup>1</sup>, una asociación Maya-Q'eqch'í ubicada en el departamento de Izabal. El proyecto de turismo comunitario, el cual ha recibido galardones a nivel nacional e internacional, es administrado por miembros de la comunidad. Ellos eligen que atractivos culturales o naturales mostrar a los turistas (por ejemplo, parte de su propia gastronomía, artesanías, prácticas espirituales o danzas). Es importante resaltar que Ak' Tenamit ha desarrollado la capacidad de entrenar a estudiantes indígenas del país en la provisión de servicios asociados al turismo (por ejemplo, guías de turismo, meseros y servicios de hotel)<sup>2</sup>. El turismo representa una importante fuente de ingresos al generar empleos locales, tales como guías de turismo, artesanos, o empleados en el restaurante Buga Mama que tiene Ak' Tenamit. Por otra parte, el turismo ha permitido reducir la presión sobre los recursos naturales al depender menos de la agricultura.

Otros casos similares se pueden identificar en México con la empresa de turismo comunitario de Sian Ka'an ubicada en la Reserva de la Biósfera Sian Ka'an en Quintana Roo, que ha sido premiada por la Iniciativa Ecuatoriana y Conde Nast Travel Magazine<sup>3</sup> y en Belice con el Toledo

Ecotourism Asociation TEA<sup>4</sup>, la cual pertenece a una asociación compuesta por comunidades Mayas Q'eqchi y Mopán, además, de una comunidad afro-descendiente Garífuna.

Estos casos reflejan que, a nivel regional, existe un gran potencial no aprovechado para desarrollar turismo comunitario en base a los atractivos de la cultura maya. Esta cooperación técnica desarrollará proyectos piloto de turismo comunitario en comunidades Mayas de los cinco países con población y sitios arqueológicos Mayas (Guatemala, El Salvador, México, Belice y Honduras).

## **II. Objetivos de la consultoría**

Los objetivos de esta consultoría son: (i) preparar un portafolio de potenciales proyectos de turismo comunitario, con base en la información proporcionada por cada una de las Autoridades Nacionales de Turismo (ANT) en los cinco países participantes y (ii) realizar intervenciones a diez proyectos emblemáticos seleccionados (dos por cada país).

## **III. Actividades**

Las acciones y productos definidos en el presente documento servirán de lineamiento a una firma consultora especializada en turismo comunitario, la cual llevará a cabo la consultoría en dos fases:

### **Primera fase. Cartera regional de proyectos de turismo cultural comunitario**

Se realizará como primera acción, un análisis en los países y áreas geográficas definidas, con base en información existente y proporcionada previamente por las ANT sobre potenciales rutas y sitios, asimismo, sobre diagnósticos e inventarios existentes de las iniciativas y emprendimientos comunitarios que son esenciales para desarrollar proyectos de turismo comunitario. Para la recopilación de información y el análisis se contará con el apoyo de las ANT quienes servirán de enlace con las autoridades nacionales de cultura y ambiente, cuando sea necesario, de los países participantes.

Diagnóstico y definición de Portafolio de Proyectos. Se realizará un análisis sobre el potencial y restricciones de las iniciativas de turismo comunitario existente, en base a la información recopilada a través de la elaboración del inventario; destacando la presencia de atractivos turísticos, empresas de servicios turísticos, estado actual de infraestructura general y turística, y la visita histórica y estacional. Se utilizarán matrices de evaluación y análisis (FODA, entre otros). A partir del Inventario y del Diagnóstico, se conformará un portafolio de proyectos seleccionados, que serán caracterizados y clasificados según su nivel de desarrollo, potencial, necesidades de apoyo y nivel de intervención. Los criterios de selección para incluir los proyectos en el portafolio, serán los siguientes:

- (i) Estar ubicados en rutas o sitios que tengan un alto potencial para atraer turistas en el corto o mediano plazo.
- (ii) Sitios aledaños a comunidades indígenas.
- (iii) Sitios de alto valor cultural para el pueblo Maya.

El Diagnóstico y Portafolio de Proyectos deberá ser presentado a las autoridades nacionales de turismo, cultura y ambiente de los países participantes, para su discusión y validación.

## Segunda fase. Planes de negocios para proyectos emblemáticos

Durante esta fase se priorizará una lista corta de proyectos (proyectos emblemáticos), para los cuales se prepararán lineamientos para inversión, definición de nivel de intervención y formulación de planes de negocios.

Se llevará a cabo intervenciones básicas, que serán realizadas en emprendimientos turísticos comunitarios con mayor experiencia en proyectos de turismo comunitario y con posibilidad de generar resultados positivos en menor tiempo.

Definición de Proyectos Emblemáticos. A partir del portafolio establecido en la Primera Fase, se seleccionará diez proyectos (2 en cada uno de los países). Para la definición de los Proyectos Emblemáticos se utilizarán los siguientes criterios, adicionales a los utilizados para definir el Portafolio):

- (i) Organizaciones indígenas que tengan experiencia básica y previa en proyectos productivos, particularmente en proyectos de turismo.
- (ii) Estar ubicados en zonas o rutas de alto movimiento turístico, a fin de lograr su inserción en paquetes de comercialización turística.
- (iii) Contar con una estructura legal definida (asociación, cooperativa, etc.).
- (iv) Compromiso decidido de las comunidades involucradas.
- (v) Ser propietario o actuar bajo algún régimen de usufructo de la tierra, de acuerdo a la normatividad y legislación local, estatal/departamental o nacional vigente en el país en donde opere.
- (vi) Ser proyectos con una alta participación de mujeres o emprendimientos completamente operados/administrados por mujeres.
- (vii) Apertura de las comunidades a involucrar posibles socios o inversionistas, así como de entidades públicas relacionadas con la cultura, el turismo y el emprendimiento económico.
- (viii) Alta probabilidad de generar resultados positivos en el corto o mediano plazo.

Adicionalmente, y según el análisis y diagnóstico realizados, se determinará el nivel de intervención requerido por cada uno de los proyectos emblemáticos.

Proyectos emblemáticos que requieren Intervención básica. Para que un emprendimiento turístico comunitario se desarrolle y crezca con éxito en la Región Mundo Maya es necesario que, además, de proporcionar experiencias naturales y/o culturales únicas, incluyan variedad de actividades a la vez que presten atención a los fundamentos de gestión empresarial de calidad, seguridad, inocuidad, comercialización y mercadeo, así como de sus acciones para disminuir los impactos en el ambiente y la cultura, como cualquier otro negocio. Para los proyectos que se ha identificado que se necesita intervención básica se realizarán las siguientes acciones:

- (i) Preparación de planes de negocios para las organizaciones indígenas. *Ver en el Anexo 1, una referencia del contenido mínimo de cada Plan de Negocios.*
- (ii) Implementación de acciones y actividades estratégicas que vinculen los servicios de turismo comunitario con cadenas de comercialización existentes con capacidad de generar mayores beneficios y resultados, tanto a nivel nacional de cada país participante, regional y mundial.
- (iii) Asesoría y acompañamiento a las comunidades en sus esfuerzos para establecer alianzas con otras empresas u organizaciones para fortalecer sus iniciativas de turismo comunitario.

Búsqueda de financiamiento. Se trabajará en la identificación de fuentes de financiamiento tradicionales y no tradicionales (alianzas estratégicas y fondos de inversión) tales como:

- (i) Bancos y financieras con líneas de crédito para microempresas en el área rural.
- (ii) Instituciones de microfinanzas (IMF).
- (iii) Proyectos y programas de apoyo a la microempresa en el área rural.
- (iv) Empresas que promueven el empresariado social.

Se creará un directorio de oportunidades y fuentes de financiamiento para emprendimientos turísticos comunitarios en la Región Mundo Maya, que incluirá un perfil de cada una de las fuentes identificadas, tales como: datos de contacto, objetivos, alcance geográfico y condiciones.

#### **IV. Productos**

Según lo establecido en el capítulo II, los productos a entregarse por medio de la presente consultoría son los siguientes:

##### **Plan de Trabajo**

Se presentará un plan de trabajo detallando la metodología a utilizar para cada fase, calendarización de acciones y entrega de productos, recursos, mecanismos de coordinación, y otros.

##### **Primera Fase**

- (i) Inventario de Recursos Turísticos en la Región.
- (ii) Diagnóstico.
- (iii) Portafolio de Proyectos.

##### **Segunda Fase**

- (i) Definición de 10 proyectos emblemáticos.
- (ii) Identificación de cadenas de comercialización turística para inserción de los proyectos emblemáticos (incluye firma de acuerdos comerciales).
- (iii) Implementación de acciones de intervención básica en proyectos emblemáticos: formulación de planes de negocios, acciones estratégicas que vinculen los servicios de turismo comunitario con cadenas de comercialización turística existentes.
- (iv) Búsqueda de financiamiento: directorio de oportunidades de fuentes de financiamiento para emprendimientos turísticos comunitarios en la Región Mundo Maya, que incluirá un perfil de cada una de las fuentes identificadas.

#### **Informes**

Se presentará un Informe final sobre las acciones llevadas a cabo a lo largo de la presente consultoría, detallando los alcances y resultados obtenidos, incluyendo datos sobre la situación en la que se encuentren los proyectos al final de la consultoría. Este informe incluirá conclusiones y recomendaciones, y un reporte sobre lecciones aprendidas.

#### **V. Pagos**

Se otorgará un pago correspondiente al 10% de anticipo, contra la aprobación del Plan de Trabajo presentado por la firma consultora, la suscripción del contrato correspondiente y la presentación de las Fianzas de Anticipo y Cumplimiento;

- (i) Primer Pago de 20% contra la presentación y aprobación de la Primera Fase.

- (ii) Segundo Pago de 20% contra la Definición de los 10 Proyectos Emblemáticos, y definición de Código de ética.
- (iii) Tercer Pago de 20% contra la formulación de los 10 Planes de Negocios.
- (iv) Cuarto Pago de 20% contra la definición de lineamientos de gobernanza económica, implementación de planes de fortalecimiento organizacional y la implementación de acciones estratégicas que vinculen los servicios de turismo comunitario con cadenas de valor existentes; Quinto Pago de 10% contra la entrega del Informe Final.

## **VI. Características de la consultoría**

Duración y tipo de consultoría. A la firma consultora se le ofrecerá un contrato a suma alzada, (monto fijo) con una duración de veintidós (22) meses, el cual incluye el tiempo necesario para que la firma entregue el Informe Final y la UC/OMM lleve a cabo la recepción completa de los productos. La firma consultora debe indicar claramente cuál será su sede de trabajo, una programación periódica para presentación de avances a la UC/OMM y la calendarización detallada y actualizada de sus actividades.

Fianzas. La firma consultora deberá presentar dos tipos de fianzas: a) Fianza de Anticipo, correspondiente al 15% del monto total del contrato según lo establecido en el siguiente inciso; y b) Fianza de Cumplimiento. Ambas fianzas deben cubrir el total del tiempo que dure la consultoría.

Conformación de Equipo Consultor Principal: la firma consultora debe poner a disposición para llevar a cabo esta consultoría, el siguiente equipo consultor mínimo:

- (i) Coordinador: Experiencia mínima de diez años en planificación estratégica, planes de viabilidad, en evaluación de proyectos y como líder de equipos de consultores.
- (ii) Especialista en Turismo Comunitario: Experiencia mínima de cinco años, en turismo, participando en programas y proyectos relacionados con turismo comunitario, capacitación y/o asistencia técnica.
- (iii) Especialista en Desarrollo Empresarial: Experiencia mínima de cinco años en formulación de diagnósticos empresariales y planes de negocios para micro, pequeñas y medianas empresas.

Presentación de propuestas. La firma consultora deberá presentar una Propuesta Técnica y una Propuesta de Precio detalladas, según los formularios adjuntos (Anexo 2 y Anexo 3)

Supervisión. Las actividades y desempeño general de la firma consultora serán supervisadas permanentemente por la Unidad Coordinadora del Proyecto/Organización Mundo Maya (UC/OMM) a través de la Secretaría Técnica Permanente, que además proveerá el acompañamiento necesario para la realización de todas las actividades, cuando lo considere necesario. Asimismo, la UC/OMM, evaluará técnicamente el desempeño y los productos de la consultoría, para fines de aprobación. Durante el desempeño de la consultoría, la firma deberá contar con la asesoría y acompañamiento de las autoridades nacionales de turismo, ambiente y cultura de los países participantes.

**ANEXO 1**  
**CONTENIDO MÍNIMO DE PLAN DE NEGOCIOS**  
**RESUMEN EJECUTIVO**

**I. Descripción del negocio**

- A - Tipo de negocio
- B - Estado del negocio
- C - Beneficios potenciales
- D - Días/horas de negocio
- E - Originalidad del negocio
- F - Términos del contrato

**II. Descripción del mercado**

- A - Demografía
- B - Tamaño
- C - Porcentaje de clientela
- D - Capacidad de crecimiento
- E - Satisfacer al mercado
- F - Precios competitivos
- G - Determinación de precios
- H - Ventajas

**III. Descripción de competencia**

- A - Los cinco competidores más cercanos
- B - Comparación
- C - Tendencias en las ventas de la competencia
- D - Semejanzas y diferencias
- E - Puntos fuertes y/o débiles
- F - Perspicacia

**IV. Localización del negocio**

- A - Dirección
- B - Características físicas
- C -
- D - Términos y condiciones
- E - Vecindario
- F - Zona
- G - Otros negocios
- E - Consideraciones de ubicación

**V. Descripción de la administración**

- A - Antecedentes
- B - Experiencia administrativa
- C - Educación
- D - Datos personales
- E - Experiencia de ejercicio en este tipo de negocio
- F - Experiencia administrativa en este tipo de negocio
- G - Responsabilidad en cuanto a informes
- H - Salarios

- I - Otros recursos
- J - Información financiera

**VI. Gobernanza**

- A - Proyección de cinco años
- B - Habilidades
- C - Funcionarios
- D - Tiempo completo/tiempo parcial
- E - Ingresos/beneficios
- F - Competitividad
- G - Entrenamiento

**VII. Historia financiera y de negocios**

- A - Balance - 3 años
- B - Declaraciones de ingresos - 3 años
- C - Cumplimiento del régimen fiscal aplicable
- D - Tendencias de las ventas
- E - Explicación de estas tendencias

**VIII. Datos financieros**

- A - Fuente y usos de fondos
  - Lista de fondos al mayor
- B - Gastos de capital
  - B1. Lista del capital de equipo
  - B2. Renovaciones
  - B3. Inventario
  - B4. Capital operativo
- C - Balance pro-forma
  - Tres años
  - Ventajas actuales
  - Ventajas fijas
  - Deudas actuales
  - Deudas fijas
  - Valor neto
- D - Flujo de efectivo pro-forma
  - Primer año - Detallado por mes
  - Notas de explicación
- E - Flujo de efectivo pro-forma
  - Resumen de tres años
  - Notas de explicación
- F - Proyecciones de ingresos
  - Resumen de tres años
  - Notas de explicación
- G - Análisis de paridad

## **ANEXO 2**

### **CONTENIDO MÍNIMO DE PROPUESTA TÉCNICA**

- a) Carta de presentación de la misma, firmada por el Representante Legal de la firma consultora, haciendo constar que la información consignada en la misma es verídica.
- b) Cara de mantenimiento de oferta por 90 días.
- c) Índice general.
- d) Descripción de la metodología para la conducción del trabajo bajo su consultoría.
- e) Plan de trabajo preliminar.
- f) Currícula de la firma consultora, incluyendo referencias de trabajos anteriores, con sus respectivos contactos. Debe incluirse claramente las fechas de desempeño de los trabajos.
- g) Datos generales, cargos y currícula de cada uno de los consultores individuales del Equipo Consultor Principal que serán asignados al trabajo, identificando claramente sus grados académicos y el año en que los obtuvieron.
- h) Número estimado de días que cada consultor trabajará en la consultoría y productos que generará.
- i) Anexo, con los siguientes documentos: Patente de Comercio/o/Documento de constitución de sociedad civil o mercantil; Nombramiento del Representante Legal; Fotocopia de Documento de Identidad del Representante Legal.

## **ANEXO 3**

### **CONTENIDO MÍNIMO DE PROPUESTA DE PRECIO**

- a) Carta de presentación de la misma, firmada por el Representante Legal de la empresa consultora, indicando que la oferta tiene una validez de cinco meses calendario.
- b) Presupuesto detallado por renglones, el cual debe estar firmado y sellado en todas sus hojas por el Representante Legal de la firma consultora.
- c) Costo total de la oferta, firmado y sellado por el Representante Legal. Bajo ninguna circunstancia se podrá incrementar el monto acordado de la consultoría una vez que el contrato haya sido negociado de mutuo acuerdo.

<sup>1</sup> [www.aktenamit.org](http://www.aktenamit.org)

<sup>2</sup> La escuela de turismo de Ak' Tenamit ha capacitado a estudiantes de otras comunidades de Guatemala, un indicador claro que la capacitación que proporcionan es percibida de buena calidad

<sup>3</sup> [http://www.siankaantours.org/espanol/esp\\_ctsk.html](http://www.siankaantours.org/espanol/esp_ctsk.html)

<sup>4</sup> <http://www.teabelize.org/>

**Regional**  
**Proyecto Regional de Turismo Comunitario Maya**  
**ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE PROYECTOS EMBLEMÁTICOS**

**Términos de Referencia**

**I. Antecedentes**

Las comunidades indígenas Mayas de Guatemala, El Salvador, México, Belice y Honduras presentan tasas desproporcionalmente altas de desnutrición, de analfabetismo, de extrema pobreza y de exclusión de mercados y oportunidades económicas. Las mujeres indígenas son las más afectadas por estas disparidades.

Por otro lado, a nivel mundial existe un aumento en el interés en la cultura Maya debido al cambio de era según la cosmovisión Maya (el inicio de un ciclo nuevo conocido como Oxlajuj Baqtun), el cual ocurrió el 21 de diciembre de 2012 según los registros calendáricos. Este aumento en interés puede ser aprovechado para impulsar actividades que beneficien a los descendientes de los antiguos Mayas, los pueblos Mayas vivos de estos países. Más que un punto de llegada, el Oxlajuj Baqtun puede ser un punto de partida que permita iniciar una nueva senda para forjar el desarrollo con identidad de los pueblos Mayas.

Aunque muchas de las comunidades indígenas Mayas de Centroamérica están ubicadas alrededor de sitios arqueológicos de gran importancia (por ejemplo, Tikal, el Mirador, Iximché y Cancuén en Guatemala; Palenque y Tulum en México, Xunantunich en Belice y Copan en Honduras), las comunidades a menudo están excluidas de los beneficios económicos derivados del turismo, debido a la falta de estructuras empresariales comunitarias adecuadas, infraestructura apropiada y la capacidad técnica necesaria para la provisión competitiva de servicios turísticos.

Aunque son pocas, si existen experiencias exitosas de turismo comunitario desarrollado por comunidades indígenas de Centro América sobre la base de atractivos culturales, arqueológicos o naturales. En Guatemala, un caso paradigmático es la experiencia en turismo comunitario de la Asociación Ak' Tenamit<sup>1</sup>, una asociación Maya-Q'eqchí ubicada en el departamento de Izabal. El proyecto de turismo comunitario, el cual ha recibido galardones a nivel nacional e internacional, es administrado por miembros de la comunidad. Ellos eligen que atractivos culturales o naturales mostrar a los turistas (por ejemplo, parte de su propia gastronomía, artesanías, prácticas espirituales o danzas). Es importante resaltar que Ak' Tenamit ha desarrollado la capacidad de entrenar a estudiantes indígenas del país en la provisión de servicios asociados al turismo (por ejemplo, guías de turismo, meseros y servicios de hotel)<sup>2</sup>. El turismo representa una importante fuente de ingresos al generar empleos locales, tales como guías de turismo, artesanos, o empleados en el restaurante Buga Mama que tiene Ak' Tenamit. Por otra parte, el turismo ha permitido reducir la presión sobre los recursos naturales al depender menos de la agricultura.

Otros casos similares se pueden identificar en México con la empresa de turismo comunitario de Sian Ka'an ubicada en la Reserva de la Biósfera Sian Ka'an en Quintana Roo, lo cual ha sido premiado por la Iniciativa Ecuatoriana y Conde Nast Travel Magazine<sup>3</sup> y en Belice con el Toledo Ecotourism Asociation TEA<sup>4</sup>, la cual pertenece a una asociación compuesta por

comunidades Mayas Q'eqchi y Mopán, además, de una comunidad afro-descendiente Garífuna.

## **II. Objetivos de la consultoría**

Los objetivos de esta consultoría son: (i) Establecer política y estrategias para el mercadeo turístico de proyectos emblemáticos; (ii) Diseñar herramientas de promoción turística para diez proyectos emblemáticos priorizados por el Proyecto regional de turismo comunitario Maya (RG-T2628). Los Proyectos Emblemáticos (2 en cada uno de los países de la región), poseen las siguientes características: (i) están ubicados en rutas o sitios que tienen un alto potencial para atraer turistas en el corto o mediano plazo; (ii) son sitios localizados muy cerca de comunidades indígenas; (iii) son sitios de alto valor cultural para el pueblo Maya; (iv) existe compromiso decidido de las comunidades involucradas; (v) existe apertura de las comunidades a involucrar posibles socios o inversionistas, así como de entidades públicas relacionadas con la cultura, el turismo y el emprendimiento económico (son organizaciones indígenas que tienen experiencia básica y previa en proyectos productivos y particularmente en proyectos de turismo comunitario); y (vi) poseen una alta probabilidad de generar resultados positivos en el corto o mediano plazo.

## **III. Actividades**

Las acciones y productos definidos en el presente documento se llevarán a cabo por medio de las siguientes fases:

### **Primera fase. Evaluación de la oferta y la demanda**

Para la realización de esta fase, la firma consultora se apoyará en la información oficial manejada por las Autoridades Nacionales de Turismo de los países donde se ubican los proyectos emblemáticos; y en la que los mismos proyectos, el sector privado (especialmente operadores de turismo) fundamentan su gestión.

Evaluación de la Oferta. La firma consultora identificará y caracterizará la Oferta Turística Actual de los Proyectos Emblemáticos, determinando su posicionamiento a nivel de cada país. Asimismo, se deberá realizar un análisis de Benchmarking, a fin de comparar los Proyectos Emblemáticos con destinos y productos de similares características a nivel mundial (con énfasis en América), regional (Centroamérica y el Caribe) y nacional, para cada país.

Es importante comparar la realidad con la imagen percibida de un destino o producto, como elemento para la formulación de estrategias y políticas de acción. Para establecer la Noción de Imagen, la firma consultora determinará las siguientes temáticas: a) Nivel de conocimiento/difusión a nivel mundial, de la oferta de turismo comunitario maya; b) Juicio u opinión que a nivel mundial se maneja respecto a la oferta de turismo comunitario maya; y c) Tendencia a la adquisición de la oferta de turismo comunitario maya.

Evaluación de la Demanda. La firma consultora realizará un estudio a nivel internacional y nacional en cada país, de la demanda actual y potencial de productos de turismo comunitario maya. Apoyándose en los criterios establecidos a continuación, la firma establecerá una segmentación de la demanda, tanto actual como potencial, para productos de turismo comunitario maya, determinando: a) Definición de los mercados a nivel internacional y nacional; b) Segmentación de dichos mercados, en base a las necesidades a satisfacer, en función a los beneficios y en relación a la promoción o comunicación a realizar con ellos. Para ello, la firma

se apoyará en estudios existentes a nivel mundial y nacional y en la realización de encuestas hacia operadores. La firma consultora definirá los criterios, ya sean objetivos como subjetivos, para la segmentación del mercado turístico; como mínimo, en base a lo siguiente:

<b>Criterios</b>	<b>Generales</b>	<b>Específicos</b>
<b>Objetivos</b>	Sociodemográficos (edad, sexo, tamaño del hogar, posición en la familia, ciclo de vida familiar, hábitat rural/urbano).	Atributos (localidad, alojamiento, medio de desplazamiento, actividades).
	Económicos (clase social, nivel de renta, nivel de gasto).	Duración y época del descanso, frecuencia de viaje, gasto disponible para actividades turísticas.
	Geográficos	Mercados emisores prioritarios; países.
<b>Subjetivos</b>	Personalidad	Motivación principal del viaje, motivaciones complementarias, beneficios del viaje, preferencias del turista, actitud del turista, percepciones del turista, sensibilidades a las variables de servicio, precio, distribución y comunicación.
	Valores	
	Estilo de vida	
	Psicográfico	
	Sociográfico	
	Comportamiento social	

La firma consultora presentará los resultados de esta Fase I, es decir, la Evaluación de la Oferta y la Demanda, a la Unidad Coordinadora del Proyecto/OMM, para su discusión y aprobación, lo cual constituye el requisito para iniciar con la Fase II.

### **Segunda fase. Establecimiento de estrategias de mercadeo turístico**

La firma consultora establecerá metas, acciones necesarias para la ejecución y medios de control de una Política General del Mercadeo Turístico de los Proyectos Emblemáticos de Turismo Comunitario Maya y de Políticas específicas de Producto, Precios, Comercialización, Promoción y Comunicación, así como de Publicidad. Las Políticas contendrán estrategias y planes de acción al corto plazo (6 meses a un año), mediano plazo (uno a dos años y medio) y largo plazo (dos años y medio a cinco años). Deberá contemplarse la vinculación de socios locales, regionales e internacionales altamente visibles e influyentes en la implementación

Plan General de Mercadeo. En este plan, la firma consultora determinará estrategias de posicionamiento de la oferta; además, definirá las metas de mercado en base a la segmentación de la demanda establecida en la fase anterior. Dentro de la Política General de Mercadeo, la firma consultora determinará la combinación e interacción de las políticas específicas para alcanzar las metas y segmentos determinados. Dentro de esta política, la firma consultora definirá criterios, estrategias y planes de acción para que los proyectos emblemáticos se adapten a las necesidades del visitante, en base a la segmentación de mercado establecida.

Estrategia de Comercialización. La firma consultora definirá una estrategia de comercialización, en la cual se establezcan criterios, planes de acción para la distribución, es decir, la o las formas de relacionar el producto turístico con los consumidores. Deben considerarse diversos medios de distribución y comercialización; con especial consideración hacia los mercados prioritarios que se atenderán, ya sea actuales o potenciales. La firma debe tener especial consideración en esta política, en el entendido que es clave para el desarrollo turístico de los proyectos emblemáticos, especificando e identificando los medios de comercialización a nivel internacional y nacional, con sus respectivos contactos.

Estrategia de Promoción y Comunicación. La firma consultora definirá la estrategia de promoción y comunicación, en la cual se establezcan criterios, planes de acción, con su respectivo Plan de Medios y Plan de Publicidad, todos a nivel internacional y nacional. La firma debe desarrollar estrategias que definan la continuidad, convergencia y coordinación de las distintas acciones de promoción y comunicación, en el entendido de que en una estrategia de promoción, se requiere una repetición continua de temas muy precisos que asocien simultáneamente varios medios. La firma consultora determinará dentro de los Planes de Acción de la Política de Promoción y Comunicación, las herramientas de promoción más apropiadas para los fines y mercados establecidos, indicando lineamientos generales para su desarrollo, tales como tipología, cantidades, idiomas, canales de distribución, y otros.

La firma consultora presentará los resultados de esta Fase II, es decir, el establecimiento de Políticas y Estrategias de Mercadeo, a la Unidad Coordinadora, y cuando se le requiera al Consejo Directivo del Proyecto, para su discusión y aprobación, lo cual constituye el requisito para iniciar con la Fase III.

### **Tercera fase. Diseño de herramientas de promoción**

La firma consultora diseñará las herramientas de promoción y comercialización de los proyectos emblemáticos. Los diseños deberán ser entregados en formatos finales, con formatos listos para impresión y/o reproducción y/o publicación. Las herramientas que la firma debe diseñar son los siguientes:

Herramientas dirigidas al Sector Turístico Comercializador. La firma diseñará las siguientes herramientas:

- (i) Catálogo impreso y electrónico. A) Contenido: información detallada de los proyectos emblemáticos, vinculándolos con la oferta general e información de la región del Mundo Maya; b) Características: a todo color, con pestaña para documentos en la última página; y c) Idioma: español e inglés en el mismo diseño.
- (ii) Video Documental. a) Contenido: información detallada de los proyectos emblemáticos, vinculándola con la oferta general de la Región del Mundo Maya. Deberá incluir un catálogo de imágenes; b) Características: en programa *Flash*; c) Idioma: con opción para español e inglés para cada diseño.

Herramientas dirigidas a los clientes. La firma diseñará las siguientes herramientas:

- (i) Folleto promocional de distribución masiva. a) Contenido: información general de los proyectos emblemáticos e información de contacto; b) Características: a todo color; y c) Idioma: versión en español y versión en inglés.
- (ii) Organización de rueda de negocios con operadores de turismo receptivo a fin de lograr generar acuerdos comerciales para los emprendimientos comunitarios.
- (iii) Artículos especializados. Se preparará 5 artículos para ser publicados en revistas de viajes y secciones especializadas en periódicos internacionales.
- (iv) Información para medios sociales. Se preparará información para ser publicada en medios sociales (*blogs* sobre viajes, *twitter*, entre otros).

### **Cronograma**

Se estima que las actividades a realizarse por medio de la presente consultoría, tengan la calendarización siguiente:

Meses

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

<b>PRIMERA FASE</b>									
Evaluación de la oferta y la demanda	■	■							
<b>SEGUNDA FASE</b>									
Establecimiento de Política y Estrategias de Mercadeo Turístico			■						
<b>TERCERA FASE</b>									
Diseño de herramientas de promoción (incluye la realización de la rueda de negocios)			■	■	■	■	■	■	
INFORME FINAL DE LA CONSULTORÍA			■	■	■	■	■	■	■

**IV. Productos**

Según lo establecido en el capítulo II, los productos a entregarse por medio de la presente consultoría son los siguientes:

**Plan de Trabajo**

Se presentará un plan de trabajo detallando la metodología a utilizar para cada fase, calendarización de acciones y entrega de productos, recursos, mecanismos de coordinación, y otros.

**Primera Fase**

- (i) Evaluación de la oferta
- (ii) Evaluación de la demanda

**Segunda Fase**

- (i) Política general de mercadeo
- (ii) Política de comercialización
- (iii) Política de promoción y comunicación

**Tercera Fase**

- (i) Herramientas dirigidas al Sector turístico comercializador
- (ii) Herramientas dirigidas a los clientes

**V. Pagos**

- (i) 10% de anticipo, entregado contra la aprobación del Plan de Trabajo presentado por la firma consultora, la suscripción del contrato correspondiente y la presentación de las Fianzas de Anticipo y Cumplimiento.
- (ii) 25% contra la presentación y aprobación de la Primera Fase.
- (iii) 25% contra la presentación y aprobación de la Segunda Fase.
- (iv) 25% contra la presentación y aprobación de la Tercera Fase.
- (v) 15% contra la presentación del Informe Final de la Consultoría aprobado por la OMM.

Fianzas. La firma consultora deberá presentar dos tipos de fianzas: a) Fianza de Anticipo, correspondiente al 15% del monto total del contrato según lo establecido en el siguiente inciso; y b) Fianza de Cumplimiento. Ambas fianzas deben cubrir el total del tiempo que dure la consultoría.

**VI. Características de la consultoría**

Duración y tipo de consultoría. **Contrato** a suma alzada, (monto fijo) con una duración de nueve (9) meses, el cual incluye el tiempo necesario para que la firma entregue la totalidad de

los productos y la UC/OMM lleve a cabo la recepción, y revisión. La firma consultora debe indicar claramente cuál será su sede de trabajo, una programación periódica para presentación de avances a la UC/OMM y la calendarización detallada y actualizada de sus actividades.

Firma Consultora. La firma consultora debe demostrar al menos 5 años de experiencia en el campo de Mercadeo, especialmente en lo que se refiere al campo turístico, estudios e investigación de mercado, promoción, comercialización y diseño de herramientas de promoción. La firma deberá conformar un equipo de trabajo multidisciplinario, formado por un Equipo Consultor Principal y uno de apoyo. El Equipo Consultor Principal será el evaluado en el proceso de selección, por lo que se solicita apegarse a lo solicitado:

Conformación de Equipo Consultor Principal:

- (i) Coordinador de la Consultoría: Experiencia mínima de cinco años en mercadeo, promoción y comercialización turística, y como líder de equipos de consultores.
- (ii) Especialista en Investigación de Mercados: con experiencia mínima de tres años en investigación de mercados turísticos.
- (iii) Especialista en Publicidad: Experiencia mínima de tres años, en publicidad, medios y diseño de herramientas de promoción.

Presentación de propuestas. La firma consultora deberá presentar una Propuesta Técnica y una Propuesta de Precio detalladas, según los formularios adjuntos (Anexo 1 y Anexo 2).

Supervisión. Las actividades y desempeño general de la firma consultora serán supervisadas permanentemente por la Unidad Coordinadora del Proyecto/Organización Mundo Maya (UC/OMM), que además proveerá el acompañamiento necesario para la realización de todas las actividades, cuando lo considere necesario. Asimismo, la UC/OMM, evaluará técnicamente el desempeño y los productos de la consultoría, para fines de aprobación. Durante el desempeño de la consultoría, la firma deberá contar con la asesoría y acompañamiento de los Ministerios de Turismo y Cultura de los países participantes.

## **ANEXO 1**

### **CONTENIDO MÍNIMO DE PROPUESTA TÉCNICA**

- a) Carta de presentación de la misma, firmada por el Representante Legal de la firma consultora, haciendo constar que la información consignada en la misma es verídica.
- b) Índice general.
- c) Descripción de la metodología para la conducción del trabajo bajo su consultoría.
- d) Plan de trabajo preliminar.
- e) Currícula de la firma consultora, incluyendo referencias de trabajos anteriores, con sus respectivos contactos. Debe incluirse claramente las fechas de desempeño de los trabajos.
- f) Datos generales, cargos y currícula de cada uno de los consultores individuales del Equipo Consultor Principal que serán asignados al trabajo, identificando claramente sus grados académicos y el año en que los obtuvieron, así como descripción de su experiencia.
- g) Número estimado de días que cada consultor trabajará en la consultoría y productos que generará.
- g) Anexo, con los siguientes documentos: Patente de Comercio/o/Documento de constitución de sociedad civil o mercantil; Nombramiento del Representante Legal; y Fotocopia de Documento de Identidad del Representante Legal.

## **ANEXO 2**

### **CONTENIDO MÍNIMO DE PROPUESTA DE PRECIO**

- a) Carta de presentación de la misma, firmada por el Representante Legal de la empresa consultora, indicando que la oferta tiene una validez de cinco meses calendario.
- b) Presupuesto detallado por renglones, el cual debe estar firmado y sellado en todas sus hojas por el Representante Legal de la firma consultora.
- c) Costo total de la oferta, firmado y sellado por el Representante Legal. Bajo ninguna circunstancia se podrá incrementar el monto acordado de la consultoría una vez que el contrato haya sido negociado de mutuo acuerdo.

<sup>1</sup> [www.aktenamit.org](http://www.aktenamit.org)

<sup>2</sup> La escuela de turismo de Ak' Tenamit ha capacitado a estudiantes de otras comunidades de Guatemala, un indicador claro que la capacitación que proporcionan es percibida de buena calidad

<sup>3</sup> [http://www.siankaantours.org/espanol/esp\\_ctsk.html](http://www.siankaantours.org/espanol/esp_ctsk.html)

<sup>4</sup> <http://www.teabelize.org/>

**Regional**  
**Proyecto Regional de Turismo Comunitario Maya**  
**ASISTENTE TÉCNICO-ADMINISTRATIVO**

**Términos de Referencia**

**I. Antecedentes**

Las comunidades indígenas Mayas de Guatemala, El Salvador, México, Belice y Honduras presentan tasas desproporcionalmente altas de desnutrición, de analfabetismo, de extrema pobreza y de exclusión de mercados y oportunidades económicas. Las mujeres indígenas son las más afectadas por estas disparidades.

Por otro lado, a nivel mundial existe un aumento en el interés en la cultura Maya debido al cambio de era según la cosmovisión Maya (el inicio de un ciclo nuevo conocido como Oxlajuj Baqtun), el cual ocurrió el 21 de diciembre de 2012 según los registros calendáricos. Este aumento en interés puede ser aprovechado para impulsar actividades que beneficien a los descendientes de los antiguos Mayas, los pueblos Mayas vivos de estos países. Más que un punto de llegada, el Oxlajuj Baqtun puede ser un punto de partida que permita iniciar una nueva senda para forjar el desarrollo con identidad de los pueblos Mayas.

Aunque muchas de las comunidades indígenas Mayas de Centroamérica están ubicadas alrededor de sitios arqueológicos de gran importancia (por ejemplo, Tikal, el Mirador, Iximché y Cancuén en Guatemala; Palenque y Tulum en México, Xunantunich en Belice y Copan en Honduras), las comunidades a menudo están excluidas de los beneficios económicos derivados del turismo, debido a la falta de estructuras empresariales comunitarias adecuadas, infraestructura apropiada y capacidad técnica necesaria para la provisión competitiva de servicios turísticos.

Aunque son pocas, si existen experiencias exitosas de turismo comunitario desarrollado por comunidades indígenas de Centro América sobre la base de atractivos culturales, arqueológicos o naturales. En Guatemala, un caso paradigmático es la experiencia en turismo comunitario de la Asociación Ak' Tenamit<sup>1</sup>, una asociación Maya-Q'eqchí ubicada en el departamento de Izabal. El proyecto de turismo comunitario, el cual ha recibido galardones a nivel nacional e internacional, es administrado por miembros de la comunidad. Ellos eligen que atractivos culturales o naturales mostrar a los turistas (por ejemplo, parte de su propia gastronomía, artesanías, prácticas espirituales o danzas). Es importante resaltar que Ak' Tenamit ha desarrollado la capacidad de entrenar a estudiantes indígenas del país en la provisión de servicios asociados al turismo (por ejemplo, guías de turismo, meseros y servicios de hotel)<sup>2</sup>. El turismo representa una importante fuente de ingresos al generar empleos locales como guías de turismo, artesanos, o empleados en el restaurante Buga Mama que tiene Ak' Tenamit. Por otra parte, el turismo ha permitido reducir la presión sobre los recursos naturales al depender menos de la agricultura.

Otros casos similares se pueden identificar en México con la empresa de turismo comunitario de Sian Ka'an ubicada en la Reserva de la Biósfera Sian Ka'an en Quintana Roo, lo cual ha sido premiado por la Iniciativa Ecuatoriana y Conde Nast Travel Magazine<sup>3</sup> y en Belice con el Toledo Ecotourism Asociation TEA<sup>4</sup>, la cual pertenece a una asociación compuesta por comunidades Mayas Q'eqchi y Mopán, además de una comunidad afro-descendiente Garífuna.

Estos casos reflejan que, a nivel regional, existe una gran potencial no aprovechado para desarrollar turismo comunitario en base a los atractivos de la cultura maya. Esta cooperación técnica desarrollará proyectos piloto de turismo comunitario en comunidades Mayas de los cinco países con población y sitios arqueológicos Mayas (Guatemala, El Salvador, México, Belice y Honduras).

Para la gestión operativa y financiera, la Organización Mundo Maya (OMM), a través de la Secretaría Técnica Permanente, será la **Unidad Coordinadora (UC)** del proyecto y se encargará de: (i) la gerencia integral del proyecto en la áreas financieras, administrativas y técnicas del proyecto según el Reglamento Operativo; (ii) Seguimiento a la realización de las actividades del proyecto; (iii) Diseño, implementación y ejecución del Plan Operativo Anual; (iv) La organización y mantenimiento del archivo administrativo del programa; (v) la contratación de bienes y servicios; (vi) La supervisión de consultores contratados según el Plan de Adquisiciones vigente; (vii) El control de la gestión y el manejo del presupuesto; (viii) el trámite de las solicitudes de desembolsos de la contribución del Banco; (ix) La preparación de los estados de cuenta de los recursos utilizados; (x) La presentación de informes administrativos y técnicos al Banco; (xi) la coordinación de acciones necesarias con los diferentes actores del proyecto; y (xii) La revisión y propuesta de cambios al Reglamento operativo. Los presentes términos se refieren a la consultoría “Asistente Técnico-Administrativo del Proyecto”.

## II. Objetivo de la consultoría

El objetivo principal de la presente consultoría es atender las funciones administrativo-financieras del proyecto y brindar apoyo a la Secretaría Técnica Permanente en la ejecución de las actividades del Proyecto Regional de Turismo Comunitario Maya.

## III. Actividades

El consultor seleccionado para desempeñar la función de Asistente Técnico Administrativo, deberá realizar las siguientes actividades:

- (i) Apoyar a la Secretaría Técnica Permanente en la coordinación de todas las actividades técnicas, administrativas y financieras para la ejecución exitosa del proyecto.
- (ii) Brindar permanente seguimiento, proporcionar supervisión técnica y evaluación de la ejecución de consultorías de acuerdo a los respectivos términos de referencia y contratos.
- (iii) Apoyar a la Secretaría Técnica Permanente en el diseño e implementación de los mecanismos de evaluación y monitoreo que permitan medir los impactos del proyecto.
- (iv) Brindar apoyo a la STP para la coordinación y evaluación del desarrollo exitoso de las diferentes actividades definidas por el proyecto.
- (iv) Seguimiento al cumplimiento de metas y productos esperados por el proyecto en acuerdo a lo estipulado en el marco lógico y demás documentos constitutivos del proyecto.
- (v) Apoyar en la elaboración de los estados financieros del proyecto, solicitudes y justificaciones de desembolsos.
- (vi) Recopilar y proveer la información necesaria para la preparación de los informes y reportes del proyecto, así como del sistema de evaluación y monitoreo del mismo.
- (vii) Elaborar archivos para la documentación de la ejecución del proyecto, lo cual deberá identificarse para la disposición de futuras auditorías.

- (ix) Apoyar a los consultores en la coordinación e interacción con las Autoridades Nacionales de Turismo, Ambiente y Cultura, cuando se requiera.
- (x) Planificar y organizar las reuniones técnicas con contrapartes locales y los consultores contratados para realizar las actividades del proyecto.
- (xi) Apoyar en la gestión administrativa efectiva para la coordinación entre las instituciones involucradas y beneficiarios del proyecto (convocatorias, ayuda de memorias, logística, seguimiento, archivos, entre otras).
- (xii) Participar, cuando sea posible, en las actividades de campo que realicen los consultores.
- (xiii) Apoyar en la elaboración de bases de concursos para la contratación de las diferentes consultorías y/o estudios, adquisición de bienes y servicios para la ejecución satisfactoria del proyecto.
- (xiv) Apoyar en acciones de seguimiento a la ejecución de consultorías y/o estudios.
- (xv) Apoyar en la elaboración de los planes e informes de trabajo de la UC.
- (xvi) Otras actividades relativas al proyecto que le sean encomendadas por la Secretaría Técnica Permanente de la OMM.

#### **IV. Productos**

Se deberá entregar a la OMM y al Banco, informes de avance de las actividades realizadas en el proyecto respecto el plan de trabajo y cronograma de ejecución de forma mensual.

#### **V. Pagos**

La forma de pago será mensual contra entrega y recepción a satisfacción del respectivo Informe Mensual de Trabajo.

#### **VI. Características de la consultoría**

Duración y tipo de consultoría. Al consultor se le ofrecerá un contrato con una duración de treinta y seis (36) meses, el cual incluye el tiempo necesario para la ejecución de las actividades previstas, así como el proceso de cierre y rendición de cuentas. La sede de trabajo del consultor será en la Ciudad de Guatemala.

##### Calificaciones del Consultor

- (i) El consultor deberá ser profesional universitario graduado a nivel de Licenciatura en administración de empresas, turismo, economía, sociología, arquitectura o en áreas afines al desarrollo rural.
- (ii) Mínimo de 3 años de experiencia comprobada como asistente administrativo-financiero de proyectos multidisciplinarios con participación de diversos sectores, desarrollo de trabajos similares.
- (iii) Contar con experiencia práctica en el sector turístico, de preferencia con emprendimientos comunitarios y/o micro y pequeñas empresas.
- (iv) Deberá dominar con fluidez el idioma español e inglés.
- (v) Disponibilidad de viajar en el área de influencia del proyecto, hasta 30% del tiempo.

Supervisión. Las actividades y desempeño general del consultor la serán supervisadas permanentemente por la Secretaría Técnica Permanente de la OMM, que además proveerá el acompañamiento necesario y apoyo para la realización de todas las actividades. Asimismo, la STP de la OMM, evaluará técnicamente el desempeño y los productos de la consultoría, para fines de aprobación. Durante el desempeño de la consultoría, el consultor deberá interactuar y

coordinar sus actividades con los Ministerios de Turismo, Ambiente y Cultura de los países participantes.

Presentación de propuestas. Los candidatos deberán presentar una carta de Manifestación de Interés y una copia de su currículum detallado.

<sup>1</sup> [www.aktenamit.org](http://www.aktenamit.org)

<sup>2</sup> La escuela de turismo de Ak' Tenamit ha capacitado a estudiantes de otras comunidades de Guatemala, un indicador claro que la capacitación que proporcionan es percibida de buena calidad

<sup>3</sup> [http://www.siankaantours.org/espanol/esp\\_ctsk.html](http://www.siankaantours.org/espanol/esp_ctsk.html)

<sup>4</sup> <http://www.teabelize.org/>

**Regional**  
**Proyecto Regional de Turismo Comunitario Maya**  
**EVALUACION FINAL**

**Términos de Referencia**

**I. Antecedentes**

Las comunidades indígenas Mayas de Guatemala, El Salvador, México, Belice y Honduras presentan tasas desproporcionalmente altas de desnutrición, de analfabetismo, de extrema pobreza y de exclusión de mercados y oportunidades económicas. Las mujeres indígenas son las más afectadas por estas disparidades.

Por otro lado, a nivel mundial existe un aumento en el interés en la cultura Maya debido al cambio de era según la cosmovisión Maya (el inicio de un ciclo nuevo conocido como Oxlajuj Baqtun), el cual ocurrió el 21 de diciembre de 2012 según los registros calendáricos. Este aumento en interés puede ser aprovechado para impulsar actividades que beneficien a los descendientes de los antiguos Mayas, los pueblos Mayas vivos de estos países. Más que un punto de llegada, el Oxlajuj Baqtun puede ser un punto de partida que permita iniciar una nueva senda para forjar el desarrollo con identidad de los pueblos Mayas.

Aunque muchas de las comunidades indígenas Mayas de Centroamérica están ubicadas alrededor de sitios arqueológicos de gran importancia (por ejemplo, Tikal, el Mirador, Iximché y Cancuén en Guatemala; Palenque y Tulum en México, Xunantunich en Belice y Copan en Honduras), las comunidades a menudo están excluidas de los beneficios económicos derivados del turismo, debido a la falta de estructuras empresariales comunitarias adecuadas, infraestructura apropiada y capacidad técnica necesaria para la provisión competitiva de servicios turísticos.

Aunque son pocas, si existen experiencias exitosas de turismo comunitario desarrollado por comunidades indígenas de Centro América sobre la base de atractivos culturales, arqueológicos o naturales. En Guatemala, un caso paradigmático es la experiencia en turismo comunitario de la Asociación Ak' Tenamit<sup>1</sup>, una asociación Maya-Q'eqchí ubicada en el departamento de Izabal. El proyecto de turismo comunitario, el cual ha recibido galardones a nivel nacional e internacional, es administrado por miembros de la comunidad. Ellos eligen que atractivos culturales o naturales mostrar a los turistas (por ejemplo, parte de su propia gastronomía, artesanías, prácticas espirituales o danzas). Es importante resaltar que Ak' Tenamit ha desarrollado la capacidad de entrenar a estudiantes indígenas del país en la provisión de servicios asociados al turismo (por ejemplo, guías de turismo, meseros y servicios de hotel)<sup>2</sup>. El turismo representa una importante fuente de ingresos al generar empleos locales como guías de turismo, artesanos, o empleados en el restaurante Buga Mama que tiene Ak' Tenamit. Por otra parte, el turismo ha permitido reducir la presión sobre los recursos naturales al depender menos de la agricultura.

Otros casos similares se pueden identificar en México con la empresa de turismo comunitario de Sian Ka'an ubicada en la Reserva de la Biósfera Sian Ka'an en Quintana Roo, lo cual ha sido premiado por la Iniciativa Ecuatoriana y Conde Nast Travel Magazine<sup>3</sup> y en Belice con el Toledo Ecotourism Asociation TEA<sup>4</sup>, la cual pertenece a una asociación compuesta por comunidades Mayas Q'eqchi y Mopán, además de una comunidad afro-descendiente Garífuna.

Estos casos reflejan que, a nivel regional, existe un gran potencial no aprovechado para desarrollar turismo comunitario en base a los atractivos de la cultura Maya. Esta cooperación técnica desarrollará proyectos piloto de turismo comunitario en comunidades Mayas de los cinco países con población y sitios arqueológicos Mayas (Guatemala, El Salvador, México, Belice y Honduras).

Para la gestión operativa y financiera, la Organización Mundo Maya (OMM), a través de la Secretaría Técnica Permanente, será la **Unidad Coordinadora (UC)** del proyecto y se encargará de: (i) la gerencia integral del proyecto en la áreas financieras, administrativas y técnicas del proyecto según el Reglamento Operativo; (ii) seguimiento a la realización de las actividades del proyecto; (iii) diseño, implementación y ejecución del Plan Operativo Anual; (iv) organización y mantenimiento del archivo administrativo del programa; (v) la contratación de bienes y servicios; (vi) supervisión de consultores contratados según el Plan de Adquisiciones vigente; (vii) control de la gestión y el manejo del presupuesto; (viii) el trámite de las solicitudes de desembolsos de la contribución del Banco; (ix) preparación de los estados de cuenta de los recursos utilizados; (x) presentación de informes administrativos y técnicos al Banco; (xi) coordinación de acciones necesarias con los diferentes actores del proyecto; y (xii) revisión y propuesta de cambios al Reglamento operativo. Los presentes términos se refieren a la consultoría “Asistente Técnico-Administrativo del Proyecto”.

## **II. Objetivo de la consultoría**

El objetivo de esta consultoría es llevar a cabo una evaluación del Proyecto Regional de Turismo Comunitario Maya (el Proyecto) a fin de determinar los efectos y logros alcanzados a la fecha. Dicha evaluación analizará, entre otros, los avances en el logro de metas del Proyecto vis-à-vis los indicadores de la Matriz de Resultados, los impactos del Proyecto, el ritmo de desembolsos, y la efectividad de esquema de ejecución y administración. Asimismo, la evaluación determinará lecciones aprendidas y propondrá acciones para el futuro.

## **III. Actividades**

### **A. Plan de Trabajo**

El consultor preparará un plan de trabajo que detallará: i) cronograma de implementación de la consultoría, donde se precisen fechas para la realización de los talleres; ii) metodología para la recolección de información primaria y lista preliminar de documentos de información secundaria que se revisarán; iii) lista preliminar de personas a ser entrevistadas (incluir formato de entrevista propuesto); iv) criterios para la definición de avance en la ejecución del Proyecto; v) requerimiento de apoyo de la OMM y otras instituciones socias del Proyecto; y vi) propuesta de visitas de campo.

El consultor deberá presentar un plan de trabajo que permita evaluar el avance de la consultoría de acuerdo a las actividades requeridas.

### **B. Revisión de la información disponible y entrevistas**

El consultor deberá revisar la documentación disponible relacionada al proceso de conceptualización y diseño del Proyecto; esto incluirá todos los productos generados o financiados en el marco del Proyecto. La revisión de la documentación deberá permitir al consultor analizar la justificación y la lógica de intervención propuesta por el Proyecto. Al finalizar la revisión de la información disponible, el consultor deberá poder identificar el proceso de evolución en la implementación del Programa.

El consultor preparará una boleta de entrevista estructurada, la cual será revisada y acordada con la Directora Ejecutiva de la OMM y tendrá revisión del BID. En base a esta boleta y a la lista preliminar de personas identificadas durante la elaboración del plan de trabajo, el consultor recolectará información que permita responder a las siguientes preguntas: i) ¿Se han cumplido las expectativas nacionales, regionales, locales generadas por el Proyecto?; ii) ¿Se espera alcanzar los objetivos de desarrollo?; y iii) ¿Cuál ha sido el nivel de participación en el proceso de implementación del Proyecto? Se prevé como mínimo entrevistas con el organismo ejecutor, representantes de las entidades miembro de la OMM, asociaciones de turismo comunitario y beneficiarios.

El consultor preparará un informe que incluya la revisión descrita en el párrafo 3.5.

### **C. Evaluación del cumplimiento de metas de resultados y productos**

El consultor deberá analizar la consistencia de los indicadores de la Matriz de resultados y los objetivos del Proyecto. En base a esta revisión, el consultor deberá analizar la evolución y grado de avance y/o cumplimiento de las metas propuestas. En caso de que las metas hayan sido reprogramadas, se deberá analizar la razón y la justificación de dichos cambios. El consultor deberá hacer un análisis de la relación de los productos y resultados propuestos con el presupuesto programado/ejecutado. Las metas propuestas deberían tener una relación adecuada con los presupuestos.

El consultor deberá hacer un análisis crítico de los indicadores de línea base y analizar cómo reflejan el alcance de los objetivos de desarrollo.

### **D. Evaluación de la ejecución financiera**

El consultor revisará la documentación relacionada a la ejecución financiera del Proyecto, que incluirá: i) informes semestrales de progreso; ii) auditorías; e iii) informes de los sistemas contables y financieros de la OMM. El consultor revisará la correcta categorización de los gastos dentro de los componentes del proyecto.

### **E. Evaluación de la estrategia de implementación y administración**

El consultor revisará la documentación de diseño del Proyecto, para analizar la estrategia de implementación. Este análisis deberá tomar en cuenta: i) la ejecución a través de la OMM; ii) la participación y el grado de involucramiento de los Entidades miembro de la OMM; iii) la participación de las asociaciones de turismo comunitario; iv) el apoyo técnico y fiduciario del BID; y v) el desempeño de las empresas consultoras y consultores individuales. El consultor deberá comparar la situación presentada durante el diseño del Proyecto y detallar los cambios, de forma y de fondo, a la estrategia de ejecución al momento de la evaluación. Asimismo, evaluará el cumplimiento de las actividades según los cronogramas originales generales y los Planes de Adquisiciones anuales del proyecto identificando las causas en desfases y soluciones para compensar los atrasos. Esta revisión deberá permitir al consultor evaluar el relativo éxito del esquema propuesto *vis a vis* otros esquemas posibles.

El consultor identificará las principales debilidades institucionales de las OMM y de las asociaciones de turismo comunitario para la correcta implementación del Proyecto; para alcanzar las metas y resultados propuestos; y para continuar con actividades que incrementen la probabilidad de sostenibilidad de las inversiones.

### **F. Informe final**

El consultor preparará un informe final que incluirá entre otros: i) resumen ejecutivo; ii) análisis de las metas y productos; iii) ejecución financiera; iv) análisis de la estrategia de implementación; y v) conclusiones y recomendaciones. Las recomendaciones del consultor deberán incluir: i) vacíos de información para la medición de resultados; ii) ajustes en la

implementación de actividades, de manera que permitan alcanzar los objetivos de desarrollo del Proyecto; y iv) recomendaciones administrativas.

El consultor realizará una presentación de los resultados de la evaluación en un taller, donde participarán autoridades de la OMM, funcionarios públicos del sector turismo, representantes de organizaciones participantes del proyecto y otros interesados en la ejecución del Proyecto.

Se estima una participación de 30 personas. Este taller se realizará en el país sede la OMM y será organizado por el consultor bajo los lineamientos de la Dirección Ejecutiva de OMM. Todos los gastos relacionados al taller deberán ser incorporados al presupuesto del proyecto. El consultor incorporará las sugerencias y comentarios del taller en la versión final de su informe final.

#### **IV. Productos**

El consultor entregará los siguientes productos:

- (i) Plan de trabajo, como se describe en la sección III.A.
- (ii) Primer informe, que incluirá los resultados de la revisión de la información disponible y entrevistas (como se describe en la sección III.B) y la evaluación preliminar de resultados y productos del Proyecto (como se describe en la sección III.C.)
- (iii) Segundo informe, que incluirá el análisis de la ejecución financiera (como se describe en la sección III.D) y la evaluación preliminar de la estrategia de implementación y administración (como se describe en la sección III.E.)
- (iv) Informe final, como se describe en la sección III.F.

#### **V. Pagos**

Los servicios se remunerarán bajo la modalidad de contrato global de prestación de servicios a suma alzada. El esquema de pagos es el siguiente:

- (i) **10%** a la presentación y aprobación del plan de trabajo, como se describe en la sección III.B.
- (ii) **35%** a la entrega a satisfacción de la OMM del producto (Primer Informe) indicado en el párrafo 4.1.b.
- (iii) **35%** a la entrega a satisfacción de la OMM del producto (Segundo Informe) indicado en el párrafo 4.1.c.
- (iv) **20%** a la entrega a satisfacción de la OMM del Informe Final, como se indica en el párrafo 4.1.d.

#### **VI. Características de la consultoría**

**Tipo de consultoría:** Consultor(a) individual. Contrato global a suma alzada por servicios profesionales.

**Supervisión:** El consultor será supervisado por la Dirección Ejecutiva de la OMM. El consultor tendrá a la Directora Ejecutiva de OMM como contacto primario.

**Aprobación de los productos:** Los productos que el consultor genere serán aprobados por la Dirección Ejecutiva de la OMM, con el visto bueno del Especialista Sectorial del BID a cargo del Proyecto.

**Formato y Propiedad de los productos:** Todos los productos generados a través de la presente consultoría serán propiedad de la OMM.

**Calificaciones y Experiencia:** El consultor contratado asignado al trabajo deberá demostrar experiencia de acuerdo a la descripción de la sección VI.

**Plazo de la Consultoría:** La consultoría tendrá una duración de 50 días de trabajo efectivo (ver cronograma propuesto) que se desarrollarán en cuatro meses calendario.

**Sede de la Consultoría:** El trabajo será realizado principalmente en la Ciudad de Guatemala, Guatemala. El consultor deberá realizar las entrevistas descritas en la sección III.B en los lugares de trabajo de los funcionarios. Se prevé la realización de tres visitas de campo de cuatro días c/u a diferentes lugares de implementación del Proyecto.

**Calificaciones del Consultor**

El consultor deberá tener las siguientes calificaciones:

Mínimo: Licenciatura en turismo, economía o administración de empresas. Maestría en turismo, economía; planificación; administración; gerencia de proyectos; evaluación y/o seguimiento.

Diez años de experiencia en el ejercicio profesional, incluyendo experiencia académica.

Experiencia mínima de 5 años en el diseño y ejecución de proyectos de turismo de base comunitaria.

Experiencia de trabajo con el sector público.