Asociación de Investigación y Estudios Sociales

ThinkTank Initiative
Iniciativa ThinkTank

12A. ENCUESTA AL SECTOR TURISMO

HOTELES, OPERADORES Y MAYORISTAS DE TURISMO

RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA DE 2012 Y PERSPECTIVAS PARA 2013

Guatemala, julio 2013

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y CONSULTORÍA ECONÓMICA

Asociación de Investigación y Estudios Sociales

ThinkTank Iniciativa
Initiative ThinkTank

12A. ENCUESTA AL SECTOR TURISMO

HOTELES, OPERADORES Y MAYORISTAS DE TURISMO

RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA DE 2012 Y PERSPECTIVAS PARA 2013

Guatemala, julio 2013

12a. Encuesta al Sector Turismo

Departamento de Investigación y Consultoría Económica

Editor:
Asociación de Investigación y Estudios Sociales
10ª. Calle 7-48 Zona 9, Apdo. Postal 1005-A
PBX: 22016300; FAX: 2360-2259
www.asies.org.gt , asies@asies.org.gt
Ciudad de Guatemala, Guatemala, C.A.

Diagramación: Herbert Méndez

Impresión: Digrafic *Impresos*
Tel: 5703-1314

12a. Encuesta al Sector Turismo está protegida por una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported.

El estudio se llevó a cabo mediante el apoyo del Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo (IDRC, Canadá), bajo la iniciativa Think Tank www.idrc.ca/thinktank.

Las opiniones expresadas en esta publicación no necesariamente reflejan los puntos de vista del IDRC o su Consejo de gobernadores, ni de la Iniciativa Think Tank (TTI).

Índice

a. Presentación 1

b. Metodología 2
Universo utilizado para el sondeo 2
Técnica de muestreo utilizada 2

c. Conceptos utilizados en la encuesta 3
Turista 3
Saldos de opinión 3
Intervalos de confianza 3

d. Principales resultados acerca de la actividad hotelera 4
Tasa de ocupación de habitaciones 4
Número de habitaciones 5
Ingresos de los hoteles 6
Tarifa establecida de una habitación sencilla 7
Costos de los hoteles 8
Empleo fijo y temporal 9
Perfil del turista atendido por los hoteles 10

e. Principales resultados acerca de la actividad de operadores y mayoristas de turismo 11
Demanda de servicios 11
Ingresos y precios de los servicios 12
Costos 13
Empleo 14
Perfil del turista 15

f. Demandas de la actividad turística 16

g. Conclusiones 17

h. Ficha técnica 18

i. Referencias 19

12a. Encuesta al Sector Turismo

12a. Encuesta al Sector Turismo
Hoteles, operadores y mayoristas de turismo
Resultados 2012 / 2013

a. Presentación

A nivel mundial, el 2012 fue un año importante para la actividad turística porque el número de turistas internacionales sobrepasó la cifra de mil millones (Organización Mundial del Turismo, 2013).

Las estimaciones de la Organización Mundial de Turismo apuntaban que esto sucedería en 2010. Sin embargo, la crisis afectó el dinamismo de dicha actividad y esta proyección se concretó hasta el 2012.

En congruencia, la actividad turística en Guatemala se debilitó en 2008/2009 y desde entonces el proceso de recuperación ha sido lento.

Esta tendencia ha sido visibilizada por la realización de un sondeo de opinión anual que ASIES realiza entre los empresarios de hoteles, operadores y mayoristas de turismo.

Por doceava ocasión se presentan los resultados de la encuesta. Los resultados derivan de la opinión de más de 350 gerentes o propietarios de este tipo de empresas.

En las secciones consecutivas, se presenta una breve descripción de la metodología utilizada, los resultados de las principales variables de los hoteles, los correspondientes a la actividad de operadores y mayoristas de turismo y las principales demandas que conjuntamente manifestaron los empresarios consultados.

b. Metodología

El presente reporte muestra los resultados de un sondeo de opinión cuya metodología se definió en base al Manual de Encuestas de Tendencias Empresariales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, por sus siglas en inglés).

Es importante mencionar que estos sondeos son ampliamente utilizados para monitorear la actividad económica de actividades específicas en diversos países. En Guatemala, ASIES es la institución pionera en la realización de estos sondeos de opinión y realiza uno específico para la actividad turística que de otra manera no se puede monitorear ante la falta de una cuenta satélite para este sector[1]. De esa cuenta, y para satisfacer la necesidad de información sobre la situación del turismo en Guatemala, ASIES realiza estos sondeos de opinión desde el año 2001.

- Universo utilizado para el sondeo

Para delimitar la muestra, se utilizan los listados de hoteles y agencias de viajes inscritos, registrados o no inscritos pero que han iniciado el proceso con el INGUAT. Para garantizar un mejor muestreo, ambos listados se depuran conforme a los siguientes criterios:

- En el caso del listado de hoteles, se deben eliminar todos aquellos hoteles que no cumplen con características mínimas para albergar turistas, por no considerarlos como sujetos de estudio.
- En el caso de los listados de operadores, se eliminan aquellas empresas operadoras que se dedican al turismo emisor, por no considerarlos de interés para este estudio de turismo receptor.

- Técnica de muestreo utilizada

El muestreo es de tipo aleatorio irrestricto; es decir, cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido. Los informantes calificados debían tener una posición gerencial o ser propietarios de las empresas consultadas, entre otros aspectos.

- Técnica de recolección de la información

La información se recolectó a través de la vía telefónica, como alternativa a las encuestas cara a cara que resultan costosas por la dispersión de las empresas de interés.

Asimismo, en fases posteriores, las técnicas de tabulación y análisis siguen estrictos controles para garantizar la calidad de la información aquí presentada.

Para mayor detalle, se sugiere consultar la ficha técnica del estudio al final de este reporte.

1 Es positivo que en la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022 (Presidencia de la República, 2012) se contempla la creación de la Cuenta Satélite de Turismo.

c. Conceptos utilizados en la encuesta

Turista

Para evitar confusión con el término de excursionista (visitante por un día), cabe mencionar que en la fase de recolección de la información se enfatizó en la definición de turista:

> "Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación"
> *Organización Mundial del Turismo*

Saldos de opinión

Para el análisis de algunas variables se dan a conocer los respectivos saldos de opinión, obtenidos mediante el cálculo de la diferencia entre el porcentaje de respuestas positivas o favorables (mayor o mejor) y aquel en el que se respondió lo contrario (menor o peor).

Intervalos de confianza

Los intervalos de confianza son útiles para afirmar si existe un cambio de tendencia en la evolución de las distintas variables. En las gráficas estos están representados por una línea vertical por encima de cada barra.

Cuando dos o más líneas están cercanas unas a las otras y se superponen, entonces no es posible afirmar que existe una diferencia estadísticamente significativa. En contraste, cuando estas líneas no se traslapan entonces sí existe una diferencia estadística significativa.

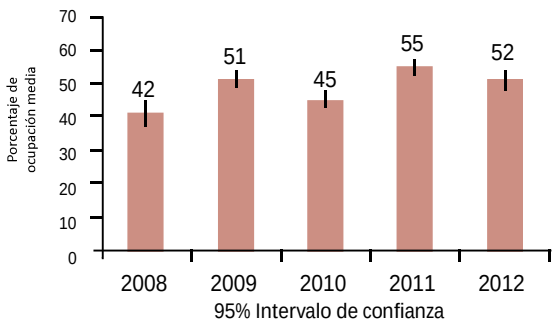
d. Principales resultados acerca de la actividad hotelera

Tasa de ocupación de habitaciones

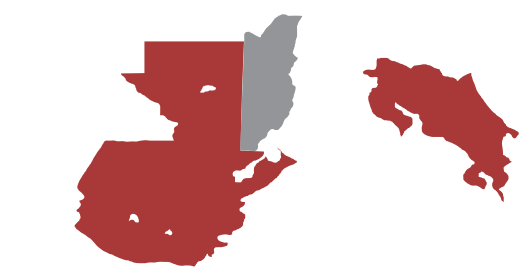
Durante el 2012, el nivel de ocupación fue de

52%

Fuente: ASIES.



G. 1 | Porcentaje de ocupación promedio de habitaciones. Fuente: ASIES



	Guatemala	Costa Rica
Nivel de Ocupación	52%	52%
Llegadas internacionales	1,304,674 visitantes	2,343,213 visitantes

Fuente: Instituto Guatemalteco de Turismo e Instituto Costarricense de Turismo, 2013.

El nivel de ocupación de habitaciones es un indicador sobre el uso de capacidad instalada de los hoteles. Un nivel bajo de la ocupación ciertamente indicaría un alto costo de oportunidad para la actividad turística.

En la gráfica 1, se muestran los niveles de ocupación para el período 2008-2012.

La última medición denota una disminución de este indicador respecto del año 2011. No obstante, es importante mencionar que este dato es favorablemente superior al registrado en 2008.

Asimismo, el porcentaje de ocupación registra un nivel similar al costarricense. En ambos países se situó en 52% en 2012. Es importante recordar que en términos absolutos, el número oficial de visitas internacionales son mayores en Costa Rica que en Guatemala (Instituto Guatemalteco de Turismo e Instituto Costarricense de Turismo, 2013).

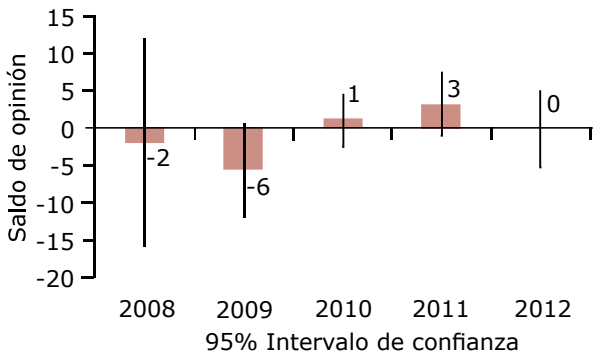
Las expectativas de los empresarios guatemaltecos consultados son positivas pues un 46% de ellos considera que la tasa de ocupación se elevará, un 33% considera que se mantendrá y un 21% opina que disminuirá.

Número de habitaciones

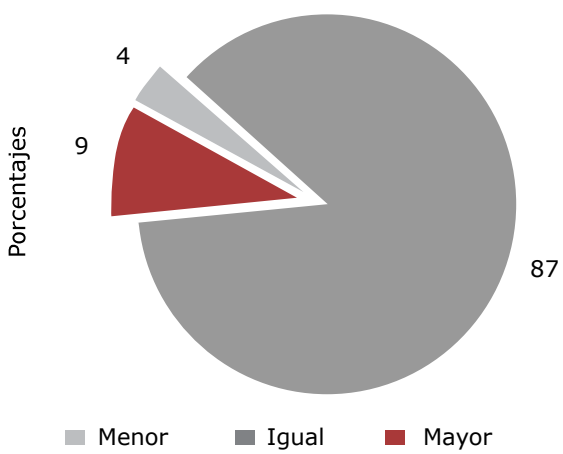
En promedio en 2012, un hotel tenía

20 habitaciones

Fuente: ASIES.



G. 2 | Saldo de opinión interanual de número de habitaciones. Fuente: ASIES.



G. 3 | Expectativas de variar número de habitaciones, porcentajes de respuesta. Fuente: ASIES.

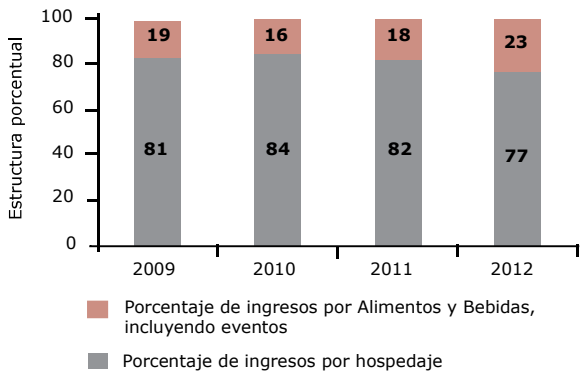
De acuerdo con los datos de la encuesta de ASIES, en promedio un hotel tiene 20 habitaciones. Dato similar al que proporciona el listado de hoteles inscritos ante el INGUAT que apunta un promedio de 17 habitaciones.

Como se denota en la gráfica 2, el saldo de opinión de dicha variable se ubicó en cero. Eso implica que, en términos netos, el número de hoteles que aumentó su número de habitaciones fue igual al número de hoteles que lo disminuyó.

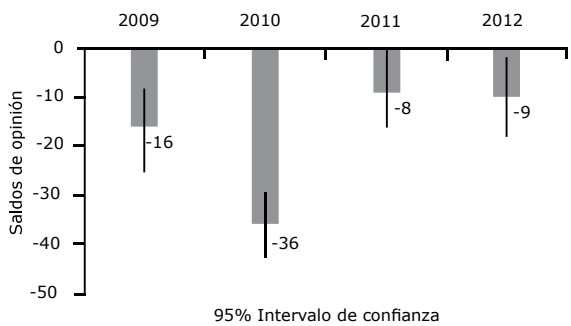
Este indicador siempre ha mostrado variaciones leves. Sin embargo, la situación no es crítica como lo fue en el año 2008 y 2009, cuando prevaleció el porcentaje de hoteles que disminuyó su número de habitaciones (es decir, utilizaron dichos espacios para fines distintos del alojamiento).

La mayoría de empresas no variará el número de habitaciones en 2013 (ver gráfica 3). De acuerdo con el INGUAT, se espera incrementar el número de turistas en 3%; sin embargo, este crecimiento no se traducirá en número de habitaciones al considerar que la capacidad existente de los hoteles podrá absorber esta demanda.

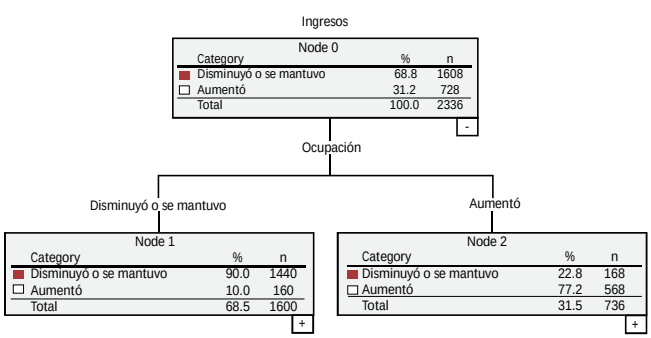
Ingresos de los hoteles



G. 4 | Estructura porcentual de los ingresos de los hoteles. Fuente: ASIES.
Nota: las diferencias son significativas estadísticamente entre el año 2010 y 2012.



G. 5 | Saldos de opinión interanuales de la variable de ingresos. Fuente: ASIES.



G. 6 | Análisis de árbol
Variable dependiente: ingresos
Variable independiente: ocupación
Método CHAID, nivel de sig. 0.05, resultados expandidos al universo.
Fuente: ASIES.

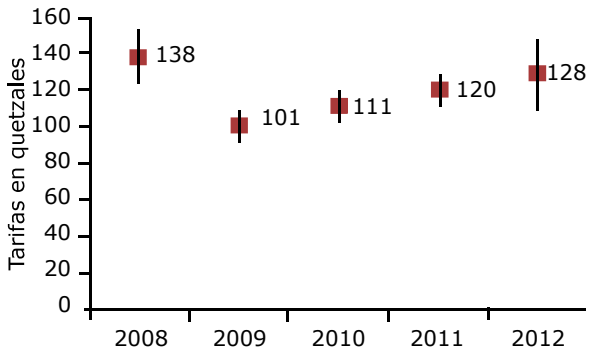
En la gráfica 4 se observa un cambio sobre la fuente de ingresos de los hoteles en 2012. El 23% por ciento de los ingresos provino de los servicios de Alimentos y Bebidas (incluyendo eventos), mientras que en años anteriores había sido una proporción menor.

Esto podría indicar tanto una nueva oportunidad de negocios o la apuesta de los hoteles por una alternativa que les permita generar los ingresos deseados.

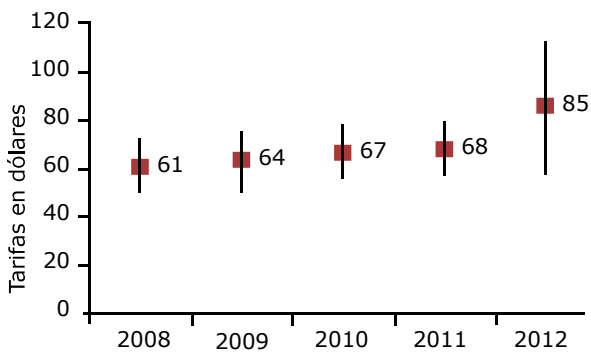
Los ingresos han mostrado un comportamiento desfavorable. En la gráfica 5 se muestran los saldos de opinión de la variable de ingresos. Estos han tenido signo negativo; es decir, que prevalece el porcentaje de empresas que manifestó haber experimentado una reducción de sus ingresos en comparación con el porcentaje de empresas que ha registrado un aumento de los mismos.

Cabe manifestar el vínculo directo entre los empresarios que manifestaron una reducción de sus ingresos con una reducción de su nivel de ocupación. Esta relación fue estadísticamente significativa al observar el análisis de árboles de decisión (ver gráfica 6).

Tarifa establecida de una habitación sencilla



G. 7 | Tarifas en quetzales de una habitación sencilla. Fuente: ASIES.



G. 8 | Tarifas en dólares de una habitación sencilla. Fuente: ASIES.

23 /140

Punteo en relación a la competitividad de precios

97 /140

Puesto de acuerdo al punteo total de todos los aspectos

Fuente: The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2013.

La importancia de analizar la tarifa de hoteles radica en que puede constituir un atractivo para cierto tipo de turistas. Por tanto, es uno de los aspectos que influye su decisión. Por otro lado, también es el precio que determinan los hoteles para satisfacer los costos de su operación y mantener un margen de ganancia.

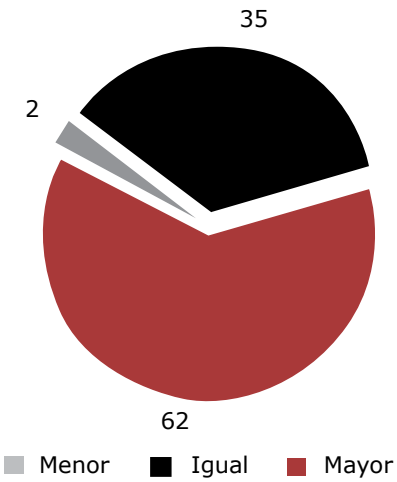
Para analizar su evolución, se les pidió a los hoteles que mencionaran qué moneda era la que más utilizaban para el cobro de sus tarifas.

En relación a los hoteles que cobran sus tarifas en quetzales, se observa que en promedio este precio se ha recuperado, desde la baja reportada en 2009.

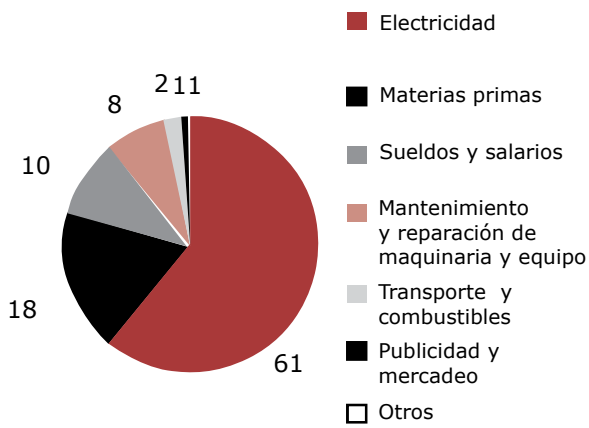
Por su parte, el promedio de la tarifa en dólares también aumentó, aunque no difiere estadísticamente de las tarifas registradas en años anteriores.

En el índice de competitividad del sector turístico, presentado por el Foro Económico Mundial, el aspecto mejor evaluado en el caso guatemalteco fue la competitividad de precios (este aspecto mide los costos de hospedaje, impuestos y otros cargos en aeropuertos, entre otros aspectos). Sin embargo, en ningún otro aspecto muestra ventajas comparativas en relación al resto de la región centroamericana. De hecho, en la calificación final que contempla todos los aspectos, el país se ubica en la posición número 97 de 140 países evaluados.

Costos de los hoteles



G. 9 | Variación interanual de los costos. Fuente: ASIES.



G. 10 | Principales factores que han incidido en un aumento de los costos. Fuente: ASIES.

En 2012, los hoteles destinaban

13%

del total de sus costos para protegerse de la delincuencia y la inseguridad. Fuente: ASIES.

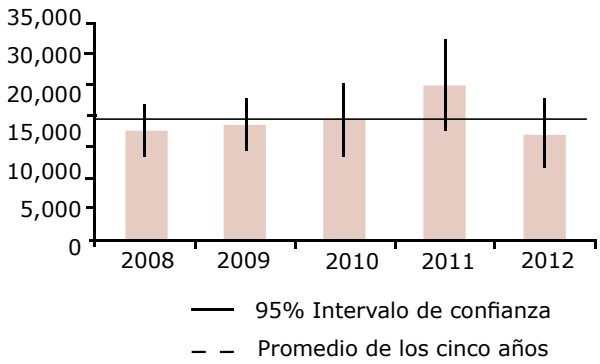
Los costos que enfrentan los hoteles continúan aumentando. En 2012, el 62% de los hoteles manifestó que sus costos habían aumentado. Este dato contrasta con el 2% de empresarios que manifestó que estos habían disminuido (ver gráfica 9).

Del porcentaje que registró un aumento de sus costos, la mayoría adujo que se debía al alza del precio de la energía eléctrica (61%), al incremento de precios de materias primas (18%), sueldos y salarios (10%), entre otros factores que se detallan en la gráfica 10.

Además de considerar el aumento que se generalizó en el sector, es importante apuntar que en promedio el 13% de los costos que enfrentan se destinan para protegerse de la delincuencia e inseguridad.

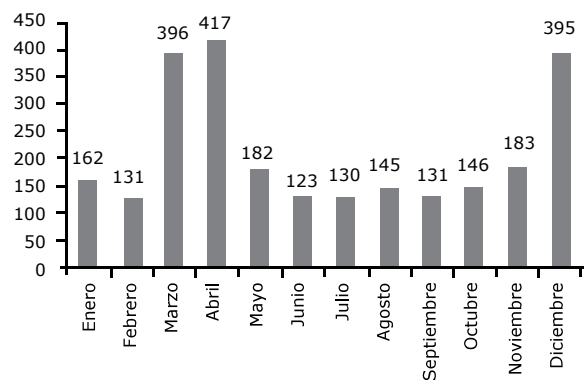
Además de este costo económico, la imagen del país se deteriora y este considera siendo un aspecto fundamental que incide en la decisión de visitar el país.

Empleo fijo y temporal



G. 11 | Número de empleos fijos en los hoteles. Fuente: ASIES.

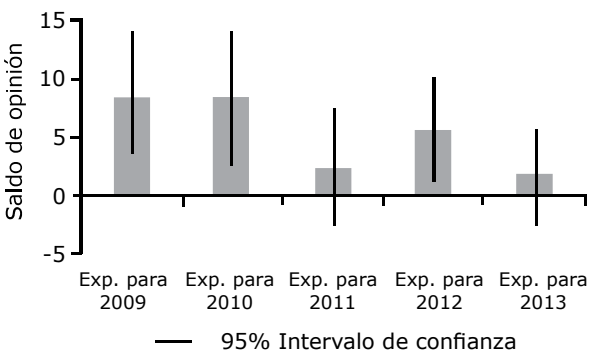
El número de empleados en el sector mostró una caída en el año 2012 pero esta no es estadísticamente significativa. Sin embargo, se puede afirmar que en promedio el sector hotelero mantiene alrededor de 20,000 plazas de trabajo y que por la naturaleza de la actividad, el efecto de generación de empleos se genera de forma territorialmente descentralizada.



G. 12 | Número de empresas que contratan personal temporal, por mes. Fuente: ASIES.

Asimismo, se observó que el 45% de los hoteles consultados contrató a personal temporal y generaron alrededor de 3,200 plazas temporales en 2012.

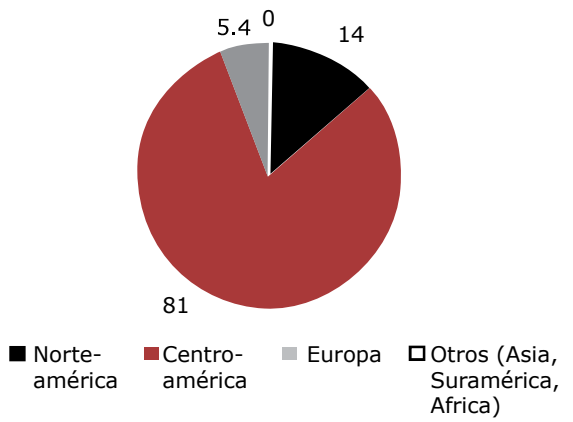
El número de empresas que contrató personal temporal aumentó en marzo-abril y diciembre. Esto coincide principalmente con los meses en los que se dinamiza el turismo interno y centroamericano.



G. 13 | Saldo de opinión de las expectativas de empleo en los hoteles. Fuente: ASIES.

Por otra parte, las perspectivas de creación de empleo no son tan favorables como en años anteriores. El saldo de opinión es similar al del año 2011, por debajo de los otros años.

Perfil del turista atendido por los hoteles

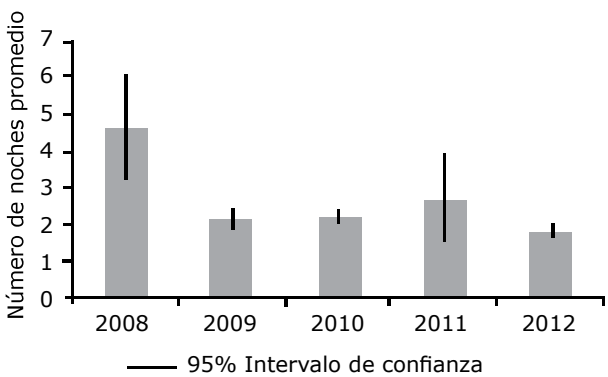


G. 14 | Principal procedencia de los turistas que se hospedan. Fuente: ASIES.

En promedio la estadía por hotel del turista nacional es de

2 noches

Fuente: ASIES.



G. 15 | Estadía promedio de los turistas extranjeros. Fuente: ASIES.

Para delimitar el perfil del turista, se indagó sobre dos aspectos principales:

a. Procedencia

b. Período de estadía por hotel

En cuanto a la procedencia, la mayoría de hoteles reporta que la principal procedencia de sus clientes es Centroamérica (incluyendo Guatemala), seguido de los visitantes norteamericanos (14%), Europa (5%). Por su parte, otros destinos no representan una proporción importante.

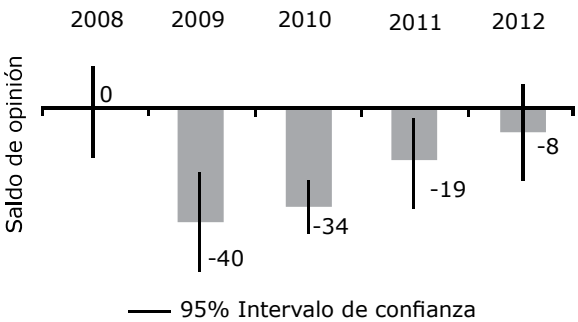
En cuanto al período de estadía, a pesar de que lo ideal sería conocerlo a través del turista para determinar su estadía total en el país, el número de pernoctaciones por hotel permite observar dos aspectos importantes:

1. La estadía del turista nacional es de dos noches. Este número de pernoctaciones ha permanecido igual.

2. La estadía del turista extranjero de dos noches. Sin embargo, este dato difiere significativamente del año 2008 en el que la estadía promedio era de casi 5 pernoctaciones.

e. Principales resultados acerca de la actividad de operadores y mayoristas de turismo

Demanda de servicios



G. 16 | Saldo de opinión interanual del número de turistas atendidos por mes. Fuente: ASIES.

Para determinar la demanda de servicios, los operadores de turismo reportaron el número promedio de turistas que atendían mensualmente.

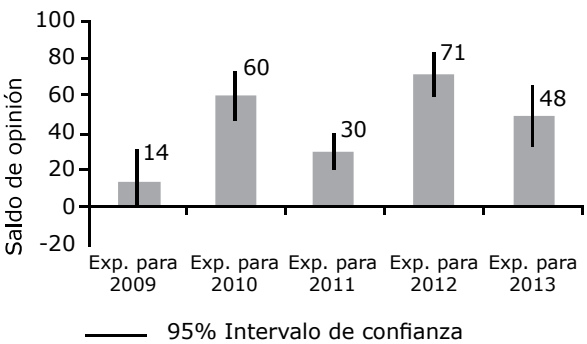
La última medición confirma una tendencia favorable del saldo de opinión de esta variable. Sin embargo, todavía no se ubica en cifras positivas.

Según el

71% de los operadores

no se llenaron las expectativas del ingreso de turistas para el Oxlajuj B'aktun.
Fuente: ASIES.

Además, es importante recordar que el 2012 era un año de especial relevancia por la celebración que marcaba el inicio del Oxlajuj B'aktun. Sin embargo, la mayoría de empresarios (71%) manifestó que no se alcanzaron las expectativas sobre el ingreso de turistas a Guatemala.

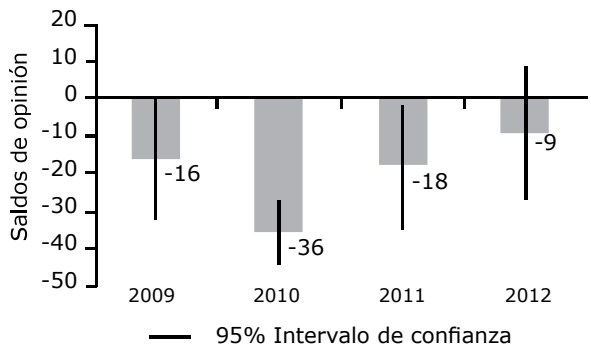


G. 17 | Saldo de opinión de expectativas del número de turistas a atender por mes. Fuente: ASIES.

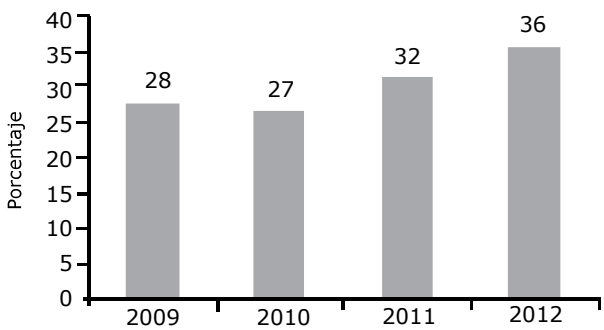
En la gráfica 17 se observa que en efecto, las expectativas eran más positivas para 2012, en congruencia con la ocasión del Oxlajuj B'aktun.

Las expectativas para el 2013 disminuyeron pero continúan siendo positivas.

Ingresos y precio en los servicios



G. 18 | Saldo de opinión de ingresos. Fuente: ASIES.



G. 19 | Porcentaje de empresas que aumentaron el precio de sus servicios. Fuente: ASIES.

7 de cada **10**

operadores esperan que sus ingresos mejoren en 2013. Fuente: ASIES.

El saldo de opinión de la variable de los ingresos también muestra una tendencia hacia la recuperación pero que no se ha afianzado.

La caída de los ingresos, reportada durante el último quinquenio, se ve influenciada por dos principales factores:

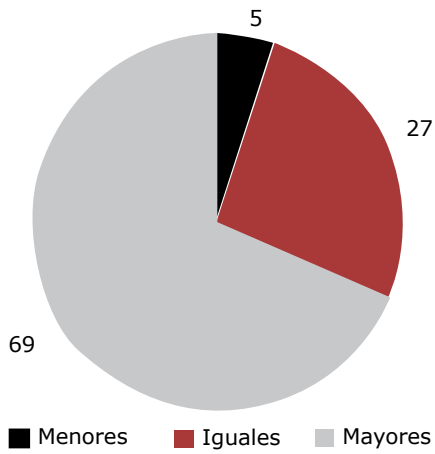
1. La caída en la demanda ocasionada por una situación mundial desfavorable y por el detrimento de la imagen del país.

2. La baja de la proporción de operadores que disminuyeron los precios de sus (ver gráfica 19).

Por tanto, la situación reciente de los operadores presenta diversas dificultades.

A pesar de esta situación, es favorable que 7 de cada diez operadores de turismo espera que sus ingresos en 2013 sean mayores a los percibidos en 2012.

Costos



G. 20 | Variación interanual de los costos en 2012. Fuente: ASIES.

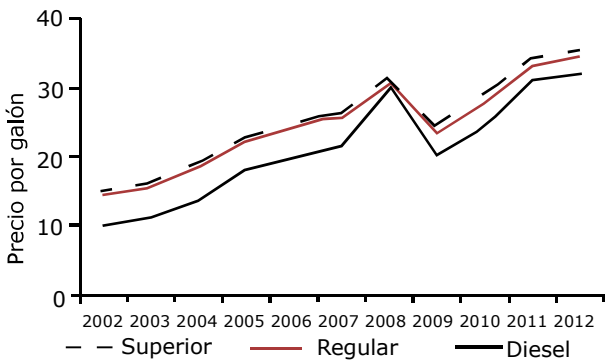
En cuanto a los costos, el 69% de los operadores de turismo percibió un aumento de sus costos, un 27% consideró se habían mantenido y únicamente un 5% manifestó que habían disminuido.

El

72%

de los empresarios cuyos costos aumentaron aduce aumentos de costos de transporte y combustible.

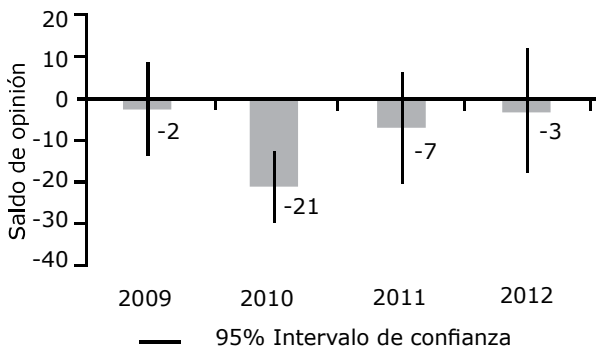
Al consultar sobre cuál era el factor que más había incidido en sus costos, la mayoría hizo referencia a los asociados con el transporte y combustible, que constituye uno de los componentes más importante de los costos totales de estas empresas.



G. 21 | Precio de los combustibles, período 2002-2012. Fuente: Ministerio de Energía y Minas.

Este resultado es además congruente con el comportamiento reciente de los precios de los combustibles. En la gráfica 21 se observa que los precios nacionales de los combustibles han alcanzado un precio récord, incluso por encima del repunte experimentado en 2010.

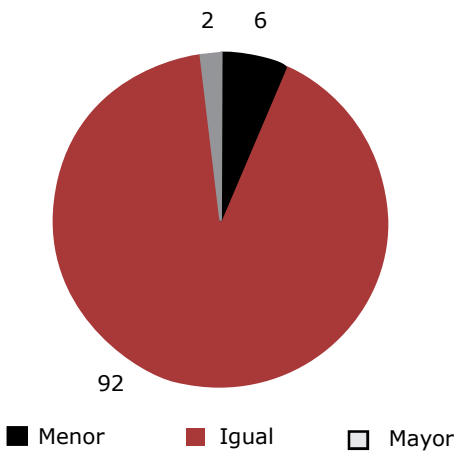
Empleo fijo y temporal



G. 22 | Saldo de opinión interanual de la variable empleo. Fuente: ASIES.

En promedio, los operadores de turismo emplearon en plazas fijas a 6,206 personas, mientras que el número de empleos temporales fue de 1,254 en 2012.

Los datos de empleo generados por la industria hotelera y las empresas operadoras suman, en total, alrededor de 30,000 plazas de trabajo. Sin embargo, para dimensionar la contribución de la actividad turística, sería necesario considerar el empleo generado en actividades conexas.

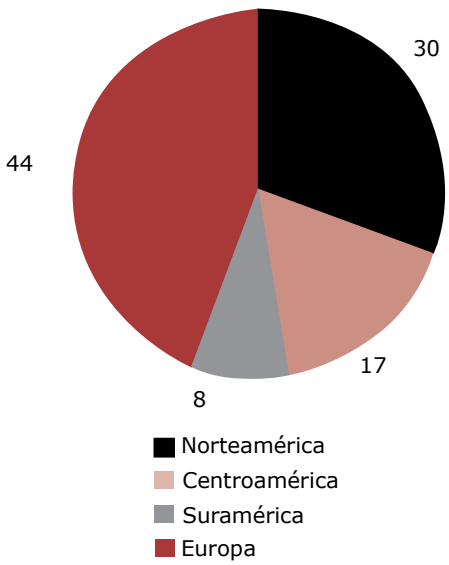


G. 23 | Porcentaje de respuestas sobre las expectativas de variación de empleo. Fuente: ASIES.

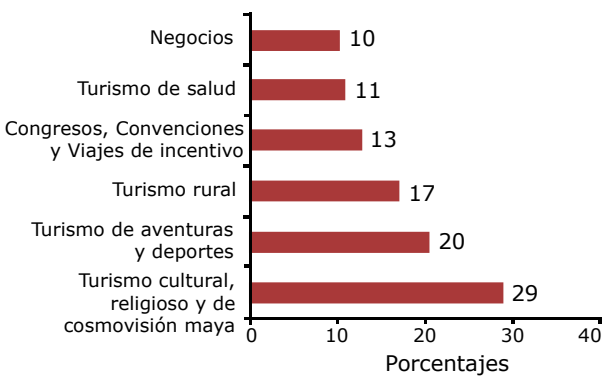
A partir del comportamiento histórico del saldo de opinión interanual de esta variable, se puede observar que general ha habido más empresas destruyendo empleo que creándolo (ver gráfica 22).

En cuanto a las expectativas, el 92% de empresarios considera que mantendrá el mismo número de plazas totales, un 6% considera que las disminuirá y un 2% espera un aumento.

Perfil del turista



G. 24 | Principal procedencia de clientes, según los operadores de turismo. Fuente: ASIES.



G. 25 | Principal motivo de visita de clientes, según los operadores de turismo. Fuente: ASIES.

Para delimitar el perfil del turista, se indagó sobre dos aspectos principales:

a. Procedencia

b. Motivo de visita

En base a estos datos, es posible afirmar que los clientes de los operadores de turismo son mayoritariamente extranjeros, hecho que difiere de los clientes de los hoteles en cuyo caso son principalmente nacionales.

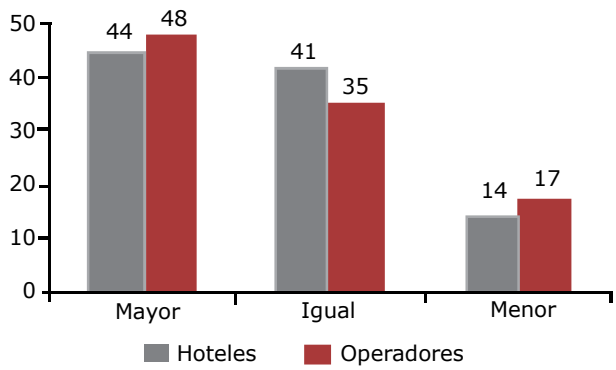
El 44% de los operadores reportó que la principal procedencia de sus clientes es Europa, seguido de Norteamérica (30%), Centroamérica (17%, incluye guatemaltecos) y Europa (8%). Cabe hacer notar que no mencionaron a los turistas asiáticos, oceánicos u alguna otra región. En su conjunto, estos datos muestran la alta dependencia que tienen los operadores de los turistas extranjeros.

En cuanto al principal motivo de visita, la mayoría de operadores reporta que los clientes se ven atraídos por el turismo cultural, religioso y de cosmovisión maya. Este es un segmento de mayor importancia a pesar de los continuos esfuerzos por promover otros segmentos.

f. Demandas de la actividad turística

▪ Seguridad

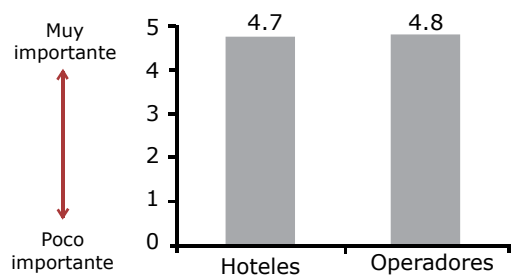
Por considerar la relevancia del tema de seguridad, se consultó tanto a hoteles como operadores sobre la percepción de seguridad y el grado de importancia que merecen las acciones que mitiguen la inseguridad.



G. 26 | Percepción sobre la inseguridad. Fuente: ASIES.

A ese respecto, cabe mencionar que el 44% de los hoteles y 48% de los operadores percibieron que la inseguridad había sido mayor.

Eso implicaría que es un reto que continúa vigente. De hecho, en una escala de uno a cinco (donde uno es muy importante y cinco poco importante) tanto los hoteles como los operadores calificaron de suma importancia que se realicen mejoras en la situación de inseguridad.



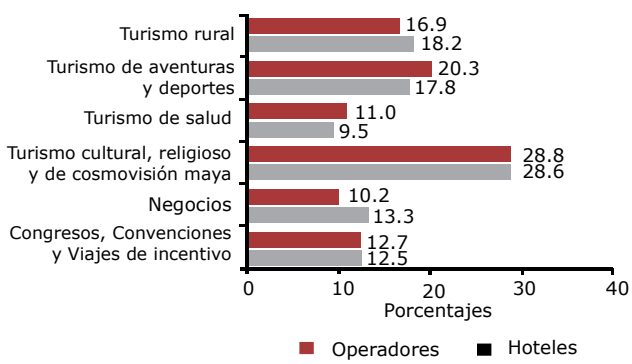
G. 27 | Escala de importancia de mejorar la situación de seguridad. Fuente: ASIES.

▪ Apoyo a segmentos turisticos

Por otro lado, se consultó cuál era el segmento que los empresarios del sector sugerían apoyar.

A ese respecto, tanto los operadores como los hoteles consideran que es necesario apoyar al segmento de turismo cultural, religioso y cosmovisión maya; seguido del segmento de turismo de aventuras y deportes.

Esto concuerda con los segmentos que los operadores adujeron como principal motivo de visita y sugiere que se necesita una consolidación de los mismos.



G. 28 | Principal segmento turístico que los empresarios sugieren apoyar. Fuente: ASIES.

g. Conclusiones

Actividad hotelera

A pesar de que disminuyó el nivel de ocupación respecto a 2011, todavía se mantiene en un nivel superior a 2008.

También se observa que aumentó la proporción de los ingresos que se deriva de los servicios de alimentos y que, no siendo la actividad principal de los hoteles, se ha convertido en una fuente alternativa de recursos que sugiere una mayor integración vertical de los negocios.

Asimismo, la mayoría de hoteles mantiene una alta dependencia sobre la ocupación de turistas nacionales y centroamericanos (81% de los hoteles menciona que es la principal procedencia de sus clientes). A ese respecto preocupa que al desagregar la estadía por turista nacional y extranjero, se observó que mientras la primera se ha mantenido estable en dos noches, la estadía de los turistas extranjeros se redujo significativamente, pasando de cinco pernoctaciones promedio en 2008 a dos en 2012.

Considerando estos resultados, se deben promover acciones para motivar una estadía más extensa y ocupar la capacidad ociosa que presenta tener un nivel medio de ocupación. A pesar de que las tarifas por habitación aumentaron levemente, las acciones deben enfocarse en mejorar otros aspectos como infraestructura y seguridad y así mejorar la relación precio-calidad de cualquier destino en el territorio guatemalteco.

Actividad operadores y mayoristas de turismo

Respecto a los resultados derivados de la consulta a empresarios de esta actividad, se puede intuir que no se satisficieron las expectativas del ingreso de turistas para la celebración del Oxlajuj B'aktun.

Este tipo de eventos es especialmente relevante para los operadores que atienden, a diferencia de los hoteles, principalmente a turistas extranjeros.

También, por su naturaleza de negocios y su estructura de costos, la actividad se ha visto afectada por el aumento de los costos de transporte y combustible.

Expectativas de los empresarios de la actividade turística

Las expectativas de creación de empleo total no muestran una tendencia al alza. De hecho, por su naturaleza estacional, se esperaría una creación de empleo temporal en caso mejore el ingreso de turistas.

En general, los empresarios consideran que la consolidación del segmento de "turismo cultural, religioso y de cosmovisión maya" sería ideal, además de acciones para mejorar la seguridad.

h. Ficha técnica

Hoteles	▪ Universo: listado de 2,190 hoteles registrados por el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), con filtro para los establecimientos con tarifa fraccionada. ▪ Técnica de muestreo: aleatorio irrestricto. ▪ Cuestionario: 68 preguntas más información de caracterización del hotel. ▪ Muestra representativa: 292 hoteles de toda la República, con un error máximo de ± 5.3%.
Operadores y/o mayoristas de turismo	▪ Universo: listado de 581 empresas operadoras de turismo, inscritos en el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT). ▪ Técnica de muestreo: aleatorio irrestricto. ▪ Cuestionario: 58 preguntas más información de caracterización de la empresa. ▪ Muestra representativa: 63 empresas dedicadas al turismo receptivo, con un error máximo de ± 11.5%.

i. Referencias

Instituto Costarricense de Turismo. (2013). *Anuario Estadístico de Turismo 2012.* San José.

Instituto Guatemalteco de Turismo . (2013). Listado de agencias de viaje de toda la República, registradas ante el INGUAT. *Listado a marzo de 2013.* Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo. (2013). Listado de establecimientos de hospedaje de toda la República inscritos ante el INGUAT o no inscritos pero con proceso de inscripción iniciado. *Listado a marzo de 2013.* Guatemala.

Organización Mundial del Turismo. (2013). *Barómetro OMT del Turismo Mundial.* Madrid.

Presidencia de la República. (2012). *Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022.* Guatemala.

Asociación de Investigación y Estudios Sociales

ASIES es una entidad de servicio, privada y no lucrativa, orientada a la reflexión, la investigación científica y el análisis de la realidad nacional. Trata de estimular la participación ciudadana en los procesos de búsqueda e implementación de soluciones concretas para la problemática del país.

Surgida en 1979 y fundada en 1982, la Asociación de Investigación y Estudios Sociales -ASIES- adquirió personalidad jurídica mediante Acuerdo Gubernativo número 608-88, del 2 de agosto de 1988.

Fines:

- Llevar a cabo investigaciones y análisis de la realidad política, económica-social y cultural del país.
- Promover el estudio, discusión y reflexión sobre los problemas nacionales y sobre aquellos problemas internacionales que afecten al país.
- Contribuir a la formación permanente de los asociados, mediante el enriquecimiento de su caudal de conocimientos científicos.

Funciones:

- Constituir un foro nacional de reflexión y discusión de los fenómenos socio-políticos, económicos, ambientales y culturales que conforman la problemática guatemalteca, mediante la organización de actividades publicas y privadas.
- Mantener relaciones de intercambio y cooperación con entidades públicas y privadas de carácter cultural y científico, tanto nacionales como internacionales.
- Contribuir a la formación de los ciudadanos mediante la difusión de los resultados de sus trabajos de investigación y de análisis de la realidad nacional.

ASSOCIATION FOR SOCIAL RESEARCH AND STUDY –ASIES–

ASIES is a private, non-profit service and cultural entity, dedicated to promote reflexive study, scientific research and analysis of Guatemalan reality. It tries to stimulate the search and implementation of concrete solutions to the country's problems, encouraging citizen participation.

Born in 1979 and founded in 1982, the Association of Social Research and Study –ASIES– acquired its juridical personality by Goverment Decree No. 608-88, dated August 2nd., 1988.

Purposes

- Carry out research studies and analysis of the political, socioeconomic and cultural situation of Guatemala.
- Promote study, discussion and reflection on national problems, and on those international problems that affect the country.
- Contribute to the permanent qualification of its associates, constantly increassing their scientific knowledge.

Functions

- Constitute a national forum for the discussion and reflection on the various aspects of the Guatemalan reality-socioeconomic, cultural, political and others- through the organization of diverse activities, both private and public.
- Maintain constant exchange and cooperation relations with the public and private cultural and scientific entities.
- Constantly improve the formation of Guatemalan citizens, through the publication and difussion of the results obtained in its research studies and its analysis of national reality.