



IX
ENCUESTA AL SECTOR TURISMO:
Hoteles y operadores y/o mayoristas de Turismo
Resultados a 2009

Guatemala, 2010

Índice

1. Ficha técnica.....	3
2. Comportamiento reciente del turismo.....	4
3. Encuesta a hoteles.....	5
<i>Número de habitaciones y ocupación.....</i>	<i>5</i>
<i>Tarifas.....</i>	<i>8</i>
<i>Empleo.....</i>	<i>12</i>
<i>Características de los turistas.....</i>	<i>13</i>
<i>Aspectos relacionados con el desempeño del sector.....</i>	<i>16</i>
<i>Expectativas para 2010.....</i>	<i>19</i>
4. Encuesta a operadores y/o mayoristas de turismo.....	20
<i>Perfil del turista.....</i>	<i>20</i>
<i>Número de turistas atendidos y tarifas.....</i>	<i>23</i>
<i>Empleo.....</i>	<i>25</i>
<i>Aspectos relacionados con el desempeño del sector.....</i>	<i>26</i>
5. Conclusiones.....	29

1. Ficha técnica

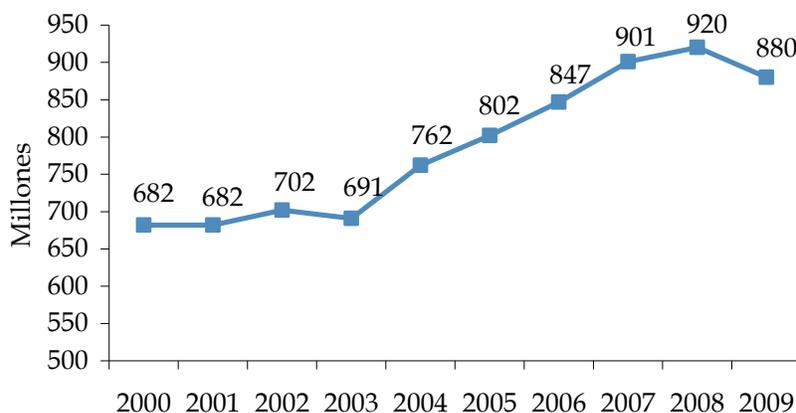
Hoteles	<ul style="list-style-type: none">▪ Universo: listado de 2,219 hoteles registrados por el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), con filtro para los establecimientos con tarifa fraccionada.▪ Técnica de muestreo: aleatorio irrestricto.▪ Cuestionario: 57 preguntas más información de caracterización del hotel.▪ Muestra representativa: 256 hoteles de toda la República, con un error máximo de $\pm 10.8\%$.
Operadores y/o mayoristas de turismo	<ul style="list-style-type: none">▪ Universo: listado de 782 empresas operadoras de turismo, proporcionado por INGUAT.▪ Técnica de muestreo: aleatorio irrestricto.▪ Cuestionario: 70 preguntas más información de caracterización de la empresa.▪ Muestra representativa: 90 empresas dedicadas al turismo receptivo, con un error máximo de $\pm 5.7\%$.

2. Comportamiento reciente del turismo

La actividad turística cedió ante los efectos de la crisis económica mundial. Según las estadísticas de la Organización Mundial de Turismo (OMT) el número de turistas en el mundo se redujo en 2009 en comparación a 2008. Esta reducción desinfló el vigoroso dinamismo del turismo global, el cual creció 33% en el periodo 2003-2009 en forma acumulada.

Europa del Norte, América del Norte y Central fueron las regiones que mostraron una mayor caída de turistas, mientras que África Subsahariana fue la única subregión del mundo que mostró un incremento de llegadas internacionales.

Gráfica 1
Llegada de turistas internacionales



Fuente: Organización Mundial de Turismo

Para el 2010 se espera que el número de turistas crezca en el orden del 3.5%, debido a las consistentes señales de recuperación económica en todas las regiones del mundo, en especial en los países desarrollados. Las regiones de Oriente Medio, África y Asia y el Pacífico, son las que tienen mejores expectativas de crecimiento, mientras que Europa y las Américas tienen perspectivas de crecimiento más modestas.

Cuadro 1
Crecimiento del turismo internacional 2009
y proyecciones 2010

Región	2009	2010*
Mundo	-4.0	3.5
Europa	-6.0	2.0
Asia y el Pacífico	-2.0	6.0
América	-5.0	3.0
África	5.0	6.5
Oriente medio	-6.0	7.0

* Proyecciones.

Fuente: Organización Mundial de Turismo

Si las proyecciones realizadas por la OMT son acertadas, se esperaría que la actividad turística empiece a mostrar mejores resultados y retome su rol de generador de divisas y empleo, en especial en los países menos desarrollados.

Ante tal contexto, se presentan los resultados de la IX Encuesta al Sector Turismo en donde se analiza el comportamiento de esta importante actividad para Guatemala en 2009, tanto para el subsector de hoteles como para el de operadores de turismo, así como las perspectivas para 2010.

3. Encuesta a hoteles

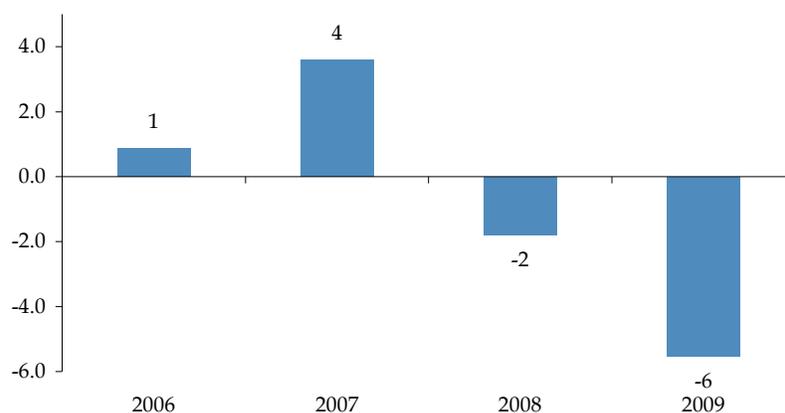
Número de habitaciones y ocupación

La información recabada en anteriores Encuestas al Sector Turismo pone de manifiesto que en Guatemala la mayoría de hoteles son pequeñas empresas, por lo que puede decirse muchos de los hoteles que funcionan en el país son casas de habitación adaptadas para recibir turistas.

En estos casos, es posible que un hotel destine una o más habitaciones para usos distintos al alojamiento; este extremo es más común cuando la ocupación hotelera es baja y el costo de oportunidad de mantener una habitación inutilizada es alto.

Según los resultados de la presente encuesta, en 2009 muy pocos hoteles aumentaron su oferta habitacional mientras que el porcentaje que dejó de utilizar habitaciones para fines de hospedaje se incrementó respecto al estudio anterior, dando como resultado un saldo de opinión¹ negativo y el más bajo de los obtenidos hasta el momento.

Gráfica 2
Saldo de opinión de número de habitaciones

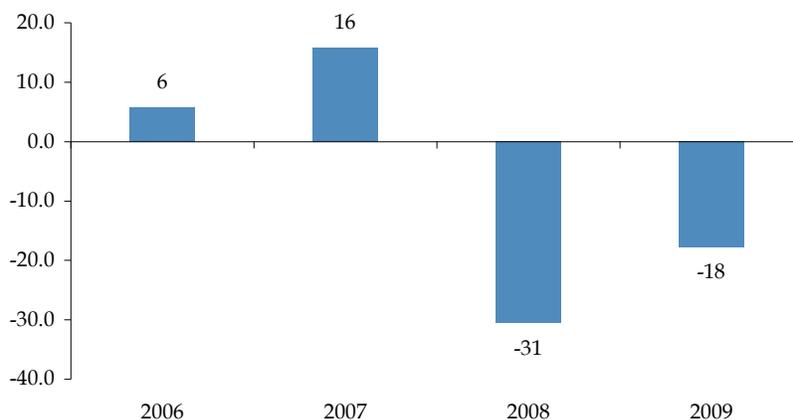


Fuente: ASÍES

¹ El saldo de opinión se obtiene mediante el cálculo de la diferencia entre el porcentaje de respuestas positivas o favorables (*mayor* o *mejor*) y el correspondiente a las negativas o desfavorables (*menor* o *peor*).

Como se mencionó, una posible razón de esta reducción en el número de habitaciones fue la poca ocupación hotelera observada en 2009. En efecto, los datos de la presente encuesta muestran que el porcentaje de ocupación media fue de 51%, que equivale a decir que durante el año pasado una de cada dos habitaciones estuvo desocupada en los hoteles guatemaltecos; además el 42% de hoteleros manifestó que la ocupación en 2009 se redujo respecto a la observada en 2008, lo cual condujo a un saldo de opinión de la ocupación media de -18%.

Gráfica 3
Saldo de opinión de la ocupación media

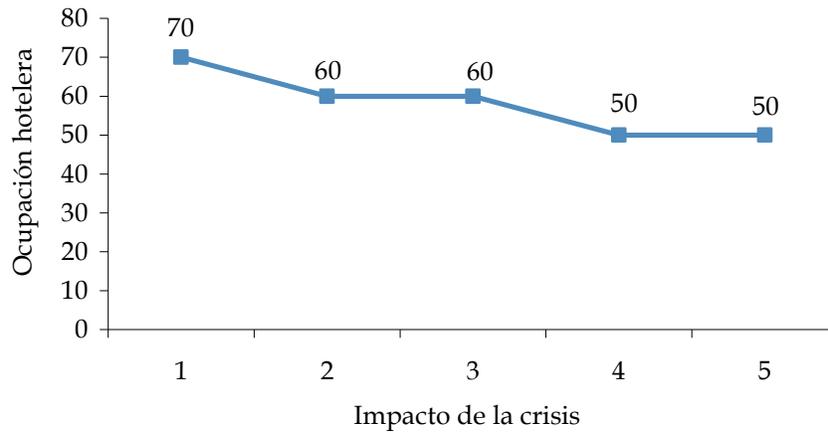


Fuente: ASÍES

Una de las causas de que disminuyera la ocupación hotelera fue la crisis económica internacional por la que atravesó el mundo en 2008 y 2009. En la gráfica 4 se observa el porcentaje de ocupación para cinco grupos de hoteles: aquellos que resintieron muy poco la crisis (identificado como 1 en la gráfica), poco (2), ni poco ni mucho (3), mucho (4) y demasiado (5). Como puede observarse, a medida que crece el impacto de la crisis se reduce el porcentaje de ocupación hotelera², por lo que puede concluirse que la reducción de la ocupación fue motivada en parte por la disminución del ingreso de la mayoría de personas en el mundo.

² Al realizar una prueba estadística sobre la relación entre estas variables, se determinó que existe evidencia suficiente para no rechazar la hipótesis que la ocupación hotelera está relacionada con el impacto de la crisis ($p < 0.05$).

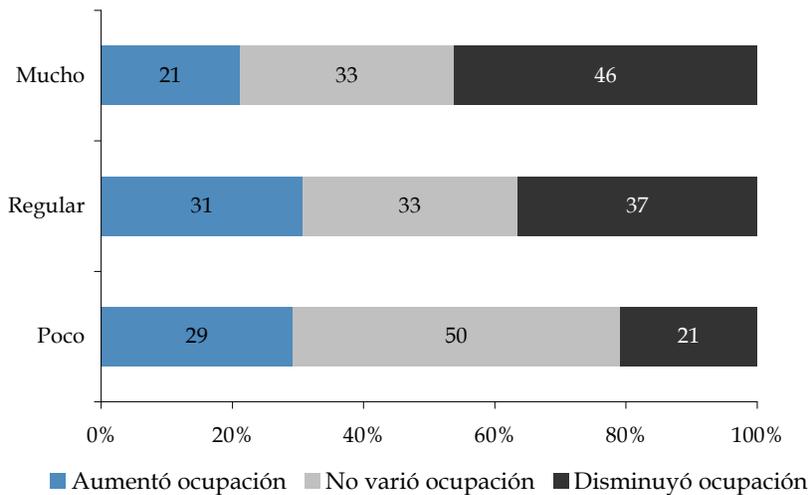
Gráfica 4
Relación entre el impacto de la crisis y la ocupación hotelera



Fuente: ASÍES

Desagregando los resultados según el nivel de impacto de la caída del turismo internacional, reflejado en la gráfica 5, se clasificó a todos los hoteles encuestados en tres grupos: aquellos que tuvieron poco impacto de la crisis, regular y mucho. En cada uno de estos grupos se calculó el porcentaje de hoteles cuya ocupación aumentó, que no varió o se redujo. Como puede verse, la proporción de empresas cuya ocupación media disminuyó se incrementa a medida que el impacto de la crisis es mayor.

Gráfica 5
Impacto de la crisis económica internacional en la variación de la ocupación



Fuente: ASÍES

Al analizar otras variables que explican el comportamiento de la ocupación media, se determinó que no existe ninguna relación entre la ocupación y el porcentaje de extranjeros atendidos en el hotel, es decir, los hoteles que atendieron mayormente a turistas foráneos no observaron una ocupación superior o inferior que aquellos que atendieron sobre todo a clientes nacionales.

Recuadro 1 Algunos casos de éxito

Aunque la mayoría de hoteles redujeron ingresos y ocupación en 2009, algunos pocos hoteles tuvieron una ocupación mayor del 80% e incrementaron sus ingresos. Si bien es cierto que con la información disponible no es posible encontrar las causas exactas por las que estos hoteles tuvieron un excelente desempeño en un año tan difícil, algunas de sus características son las siguientes:

- *Hoteles medianos*: en promedio los hoteles con buen desempeño tienen 24 habitaciones.
- *Especializados en el servicio de hotel y no en el de restaurante*: del total de ingresos de estos hoteles, el 70% corresponde a las habitaciones.
- *Tarifa*: el promedio de la tarifa en estos hoteles es de Q 150.00 por noche, lo que denota que atienden a clientes con ingresos medios y altos.
- *No tienen tarifa en dólares*: ninguno de los hoteles con buenos resultados en 2009 tiene tarifas expresadas en dólares.
- *Estadía promedio*: la estadía en estos hoteles fue de casi 5 días, aproximadamente el doble de la media del sector.
- *Atención a clientes nacionales*: el 75% de los clientes de estos hoteles fueron nacionales, lo cual los hace menos vulnerables a la disminución estacional o repentina a causa de sucesos extraordinarios (como la crisis por ejemplo) de turistas extranjeros.

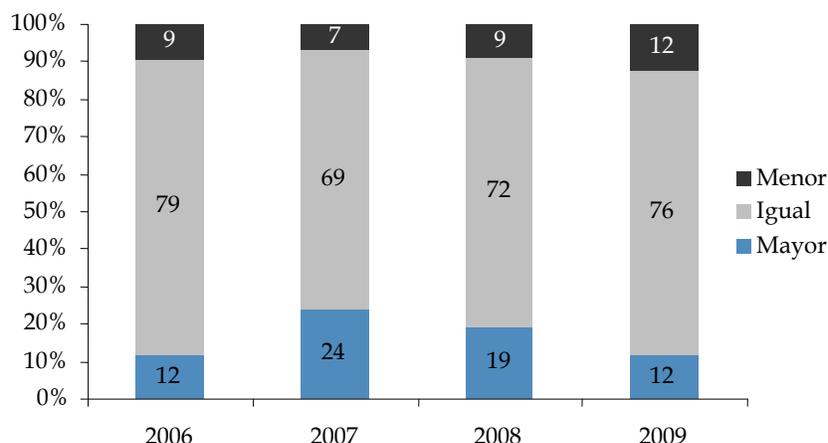
Por último, también pudo determinarse que no existe relación entre el porcentaje de ocupación media y el número de noches que pernoctaron los turistas extranjeros.

De los anteriores hallazgos se puede determinar que, en términos generales, la crisis económica internacional afectó tanto al turismo externo como al interno y que los hoteles especializados en atender a turistas de mayor capacidad adquisitiva, no mostraron mejores resultados que los hoteles enfocados a servir al turista de menor capacidad de gasto.

Tarifas

El 76% de los hoteles mantuvo en 2009 las mismas tarifas vigentes en 2008, lo cual es consistente con la reducción de la demanda observada el año pasado que impidió aumentar tarifas a la mayoría de empresarios del sector. Como se señala en la gráfica 6, en esta ocasión sólo un 12% de los hoteles incrementó sus precios, porcentaje que equivale a la mitad del observado en 2007, año en el cual la industria hotelera tuvo el mejor desempeño de la década.

Gráfica 6
Variación de la tarifa promedio
Serie histórica



Fuente: ASÍES

Los hoteles cuya tarifa oscila entre Q 150 y Q 200 fueron los que mostraron una mayor propensión a reducir o mantener tarifas a causa de la disminución de la demanda hotelera, debido a que 1 de cada 3 de estos opinó haber reducido precios. En el resto de hoteles, aproximadamente el 10% redujo tarifas.

Según la información recabada, las tarifas promedio por noche en el sistema hotelero guatemalteco son de Q 100.00 para los hoteles que cobran en quetzales y de US \$ 65.00³ para los que tienen su tarifa expresada en dólares.

Es importante señalar que solamente el 20% de los hoteles tiene tarifas expresadas en dólares, lo cual es consistente con el hecho de que la mayoría de clientes atendidos por los hoteles del país son guatemaltecos.

Cuadro 2
Estadísticas descriptivas de las tarifas promedio en 2009
Quetzales y dólares americanos

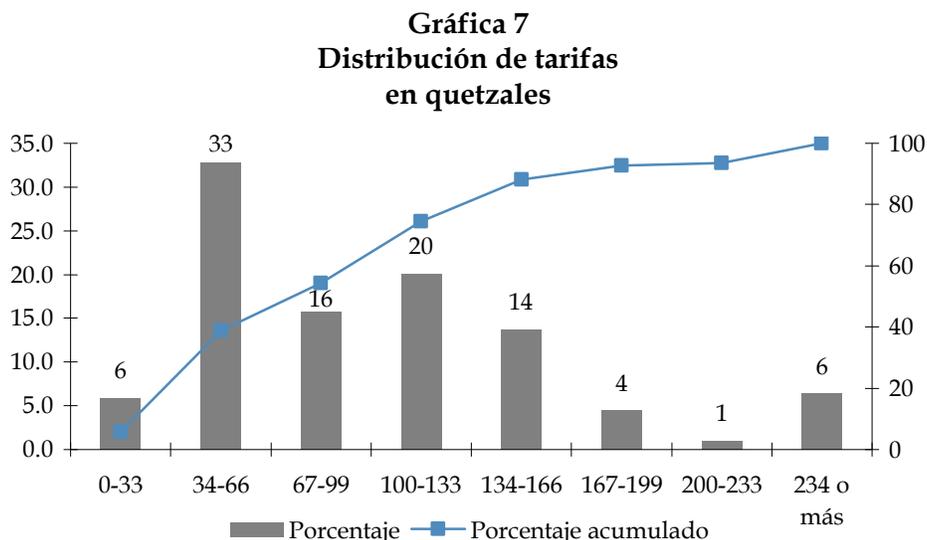
	Mínima	Máxima	Media	Desviación estándar
Tarifa en quetzales	20	390	100.9	63.1
Tarifa en dólares americanos	10	190	64.1	43.3

Fuente: ASÍES

Dado que la mayoría de hoteles atienden al turismo interno, las tarifas son en general bajas. El 54% de los hoteles tiene tarifas menores a los Q 100.00, mientras que solamente el

³ Aunque algunos hoteles manejan una tarifa en dólares y otra tarifa en quetzales (ambas autorizadas por el Inguat), se les pidió que otorgaran la que aplicaban a los servicios con mayor demanda.

7% de hoteles cobra más de Q 200.00 por noche. En la gráfica 6 se observan los porcentajes de hoteles cuyas tarifas se encuentran en diferentes rangos de precios.



Fuente: ASÍES

Un dato interesante es que no existe ninguna relación entre la tarifa cobrada por un hotel y el porcentaje que representa los gastos en seguridad⁴, situación que puede interpretarse como que los empresarios del sector no pueden trasladar por completo a la tarifa, los costos incurridos para resguardarse de la violencia, lo cual está erosionando las utilidades generadas por el turismo.

Otro hallazgo importante es que las tarifas no fueron influidas por el impacto de la crisis económica-financiera en los hoteles⁵; es decir, aquellos hoteles que resintieron más la crisis no redujeron tarifas y aquellos que se vieron menos afectados no tendieron a aumentarlas.

También se examinó si las tarifas eran diferentes en los hoteles que se encuentran en los sitios más promocionados⁶ respecto de otros de menos promoción. El análisis estadístico⁷ muestra que las tarifas no son distintas en estos dos grupos, lo cual pone de manifiesto que los guatemaltecos de diferentes estratos sociales pueden visitar los sitios turísticos más visitados por los turistas extranjeros.

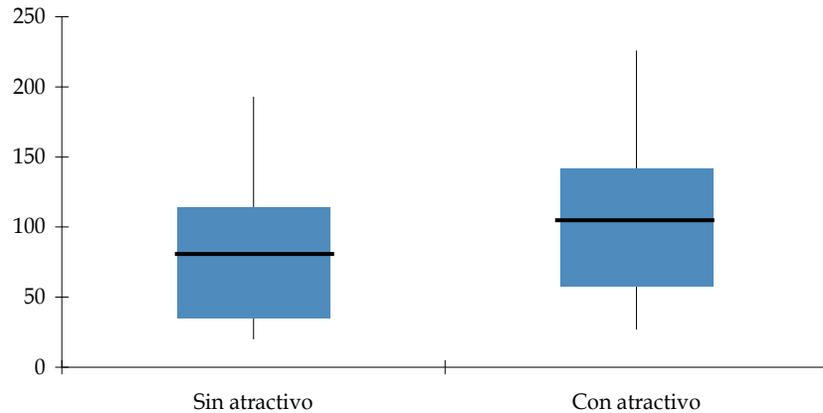
⁴ Se realizó una regresión lineal, en la cual se rechazó la hipótesis que exista asociación entre estas variables ($p > 0.05$).

⁵ Se realizó una regresión lineal, en la cual se rechazó la hipótesis que existe asociación entre estas variables ($p > 0.05$).

⁶ Los lugares turísticos considerados son: La Antigua Guatemala, Atitlán, Tikal y Chichicastenango.

⁷ Se realizó una prueba de diferencia de medianas, en la cual se rechazó la hipótesis de que las tarifas sean distintas entre estos grupos de hoteles ($p > 0.05$).

Gráfica 8
Distribuciones de las tarifas por noche
por atractivo turístico



Fuente: ASÍES

Recuadro 2 **Reducción de tarifas en los hoteles de mayor tarifa**

En el 2009 se observó una reducción en el nivel general de precios nunca antes vista. Según la información del Instituto Nacional de Estadística, la inflación interanual en Guatemala ha sido siempre positiva durante en la mayoría de meses de la presente década. Sin embargo, este indicador observó valores negativos en los meses de julio, agosto, octubre, noviembre y diciembre del año anterior. Esta caída de los precios tuvo su origen en la disminución de la demanda agregada, situación que a su vez fue originada por el aumento del desempleo, la caída de las remesas familiares y la reducción de las exportaciones que afectó la capacidad de consumo de los hogares guatemaltecos.

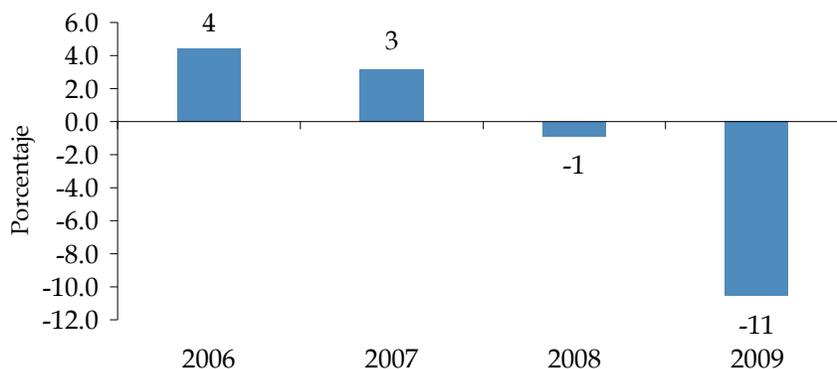
Por supuesto, debido a que la disminución de los ingresos de las familias fue un fenómeno de orden mundial, los hoteles que atienden principalmente a turistas extranjeros también se vieron obligados a reducir tarifas a causa de la reducción de la demanda de hospedaje. En efecto, según los datos de la encuesta e información de resultados de los hoteles más grandes de la ciudad capital, las tarifas de los mismos mostraron una reducción significativa en 2009 respecto a las de 2008. A diferencia de estos, los hoteles más pequeños cuyas tarifas son muy bajas, no tuvieron posibilidad de disminuirlas y optaron por mantenerlas sin cambio.

La reducción tanto de las tarifas y de la ocupación promedio observada en 2009 contrajo los ingresos y utilidades de los hoteles más grandes –que son los que más empleo generan por habitación–, situación que hace evidente la magnitud del impacto de la crisis económica mundial en la actividad hotelera en Guatemala.

Empleo

Debido a la poca ocupación hotelera y la consecuente disminución de los ingresos, muchos hoteles se vieron en la necesidad de despedir personal. Según la información de la encuesta, 13% de hoteles redujeron trabajadores y solamente el 3% incrementó su fuerza laboral, lo que condujo a un saldo de opinión de -11%, el más bajo de la serie histórica de la encuesta.

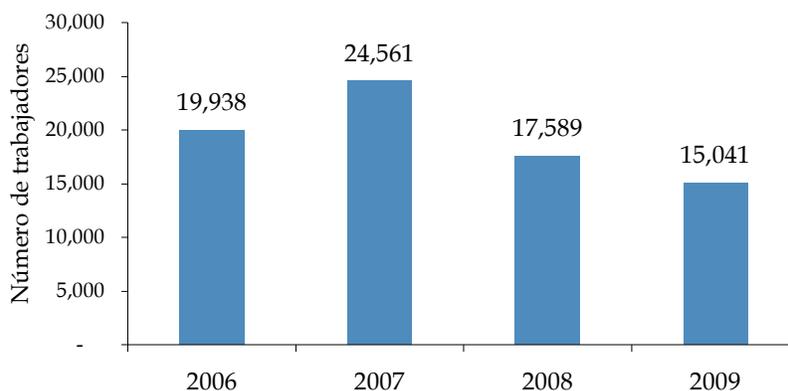
Gráfica 9
Saldo de opinión sobre el número de trabajadores
Serie histórica



Fuente: ASÍES

Según las proyecciones que se desprenden de la encuesta, el sector generó 15,041 empleos en 2009, dato que representa una caída de 14% respecto al número de trabajadores en 2008. Es preocupante que el empleo creado por el sector en 2009 equivale al 61% de la fuerza laboral utilizada en 2007, año récord para el sector hotelero, debido como se comentó en su oportunidad a la realización de diversas actividades de orden mundial como la reunión del Comité Olímpico Internacional y la Asamblea Anual del Banco Interamericano de Desarrollo.

Gráfica 10
Empleo generado por el sector hotelero
Serie histórica

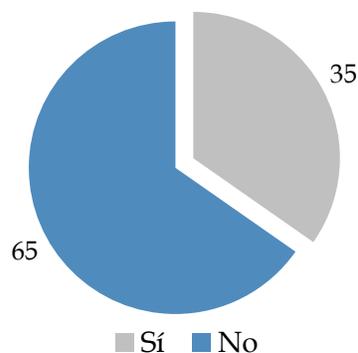


Fuente: ASÍES

Además, pudo establecerse que en promedio el sector genera un empleo por cada 4.8 habitaciones ofrecidas al público. Por ello, el hecho de que el número de habitaciones se redujera el año anterior es otra evidencia que el desempleo aumentó en el sector en 2009.

Respecto del empleo temporal, pudo establecerse que el 35% de hoteles hizo uso de este tipo de empleos a diferencia de la encuesta anterior cuando este indicador se ubicó en 23%. El incremento en la utilización de empleo temporal puede obedecer a la reducción del número de trabajadores fijos que disminuyó la capacidad instalada y obligó a muchos hoteles a contratar trabajadores eventuales en las épocas de mayor demanda de habitaciones.

Gráfica 11
¿Contrató trabajadores temporales?



Fuente: ASÍES

Finalmente, las proyecciones de la encuesta reflejan que el sector hotelero generó 2,930 empleos temporales. Este dato manifiesta que el empleo temporal representa el 19% del empleo fijo.

Características de los turistas

El sector hotelero del país atiende principalmente a huéspedes guatemaltecos. La encuesta muestra que en promedio el 71% de los clientes atendidos por los hoteles son nacionales. Este dato es similar al obtenido en anteriores estudios y pone de manifiesto que todavía se necesita trabajar mucho para atraer turistas extranjeros al país. Asimismo, refleja que la demanda por servicios turísticos nacionales disminuyó proporcionalmente para las personas extranjeras y guatemaltecas.

Cuadro 3
Estadísticas descriptivas de la estadía promedio de los turistas en los hoteles

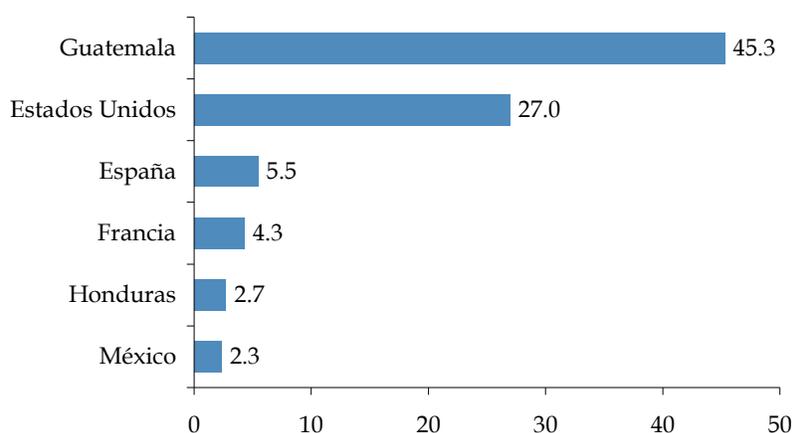
	Media	Desviación estándar
Estadía promedio de los huéspedes (en noches)	2.6	2.3
Porcentaje huéspedes nacionales	71.2	30.9
En el año 2009, ¿cuántas noches promedio permanecieron los extranjeros?	2.2	2.2

Fuente: ASÍES

Otra característica de los huéspedes es su poca estadía en los hoteles. En promedio, los usuarios de hoteles pernoctan 2.6 noches, y los extranjeros hacen uso de los hoteles un tiempo similar: 2.2 noches. Aunque cabe mencionar que esta estadía podría ser mayor, porque los turistas usualmente visitan distintas regiones del país, donde requieren hospedaje, situación que no es posible detectar con exactitud.

Consistente con los datos anteriores, el principal país de procedencia de los huéspedes es Guatemala para el 45% de hoteles. De los países extranjeros, Estados Unidos es por mucho la nación de la cual más proceden los turistas, seguida por la región europea. Además, es importante notar que solamente un país centroamericano –Honduras– aparece en los primeros cinco países de mayor procedencia, explicado posiblemente por el conflicto político vivido por esa nación en el 2009.

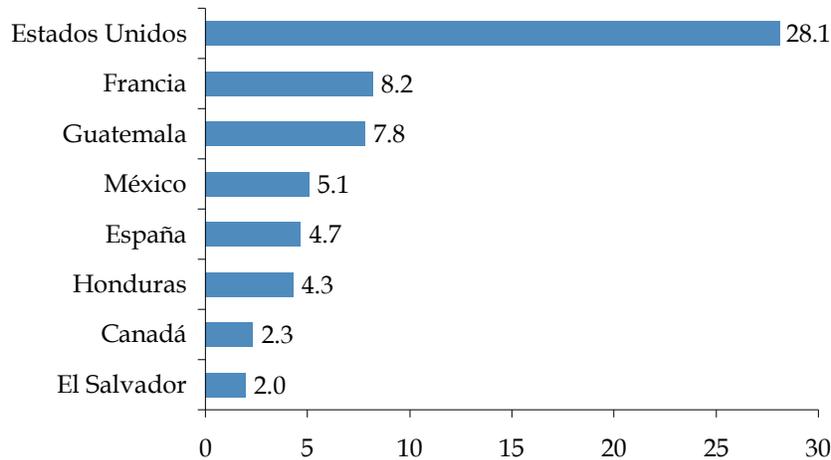
Gráfica 12
Frecuencia de menciones acerca del principal procedencia de turistas en 2009



Fuente: ASÍES

Estados Unidos también es el país que observó mayor crecimiento de turistas según el 28% de hoteles, seguido de Francia, Guatemala y México. Como puede verse, el sector hotelero depende principalmente del turismo interno y del estadounidense, situación que evidencia la ineffectividad de las acciones y promociones que intentan lograr una mayor diversificación de mercados.

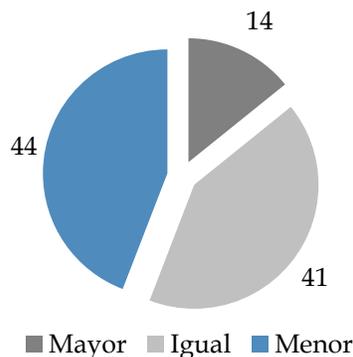
Gráfica 13
Frecuencia de opiniones acerca del país con mayor crecimiento de turistas en 2009



Fuente: ASÍES

Por último, pudo establecerse que el ingreso de visitantes centroamericanos disminuyó en 2009, ya que el 44% de hoteles observó una reducción de turistas atendidos de esa región. Aquí llama la atención que el INGUAT, luego de la puesta en vigencia del documento CA-4 que impide llevar una contabilidad exacta del ingreso de visitantes centroamericanos, cuando calcula el número de estos extrapola una serie histórica, de lo cual resulta que todos los años aumenta la cantidad de turistas de los países del istmo. Estas deficiencias ponen de manifiesto una vez más la urgencia de compilar de una cuenta satélite de turismo.

Gráfica 14
Ingreso de centroamericanos en 2009 en relación a 2008

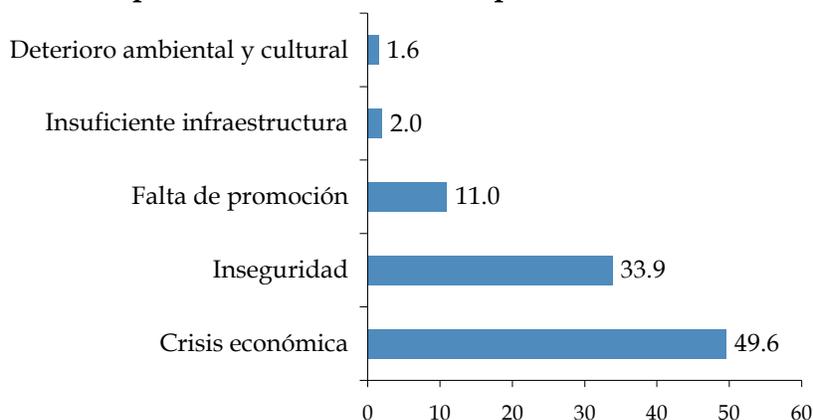


Fuente: ASÍES

Aspectos relacionados con el desempeño del sector

Para casi la mitad de hoteleros el principal problema del sector en 2009 fue la crisis económica mundial. Aunque este problema es de origen externo, esta es una alerta para los gobernantes en cuanto a la capacidad del Estado para formular y aplicar medidas económicas que logren mitigar los efectos de estos fenómenos.

Gráfica 15
Principales determinantes de los problemas del sector

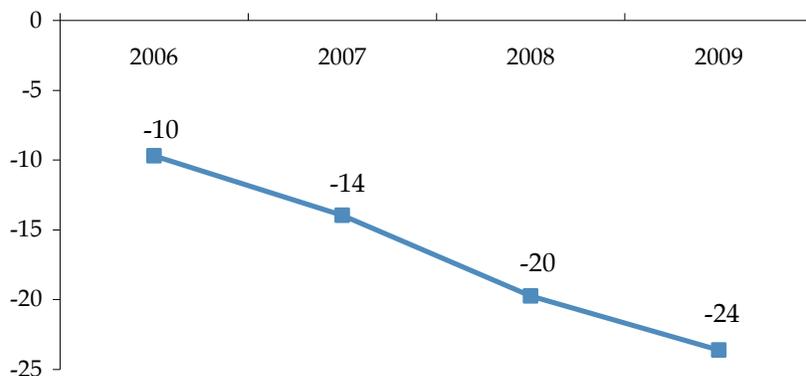


Fuente: ASÍES

El segundo problema para el desarrollo del sector fue la inseguridad. A diferencia de la crisis económica internacional, este es un problema de origen interno que ha persistido por muchos años y hasta a la fecha no ha dado muestras de mejoría.

La aseveración anterior es corroborada por las percepciones de los hoteleros. En la presente encuesta el saldo de opinión relativo a la situación de seguridad en el país empeoró respecto a los años anteriores y se ubicó en el nivel más bajo de los últimos cuatro estudios.

Gráfica 16
Saldo de opinión situación de la seguridad



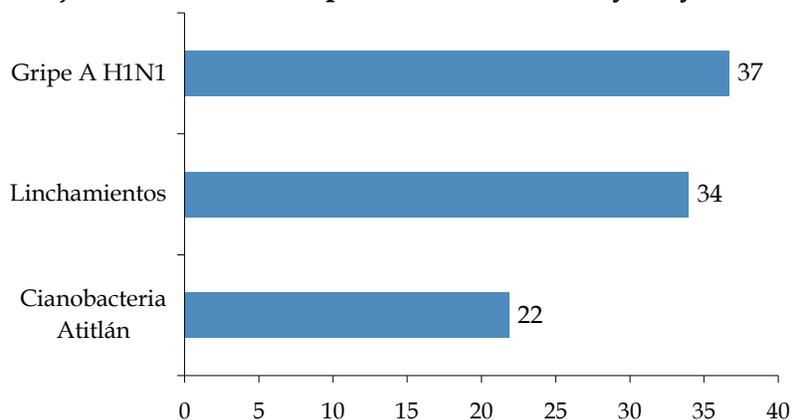
Fuente: ASÍES

El agravamiento de la percepción sobre el clima de inseguridad por parte del sector afecta por dos vías. La primera, a través de una menor demanda del servicio debido a la mala imagen del país en el extranjero; la segunda, porque obliga a los empresarios del sector a erogar una mayor cantidad de recursos en equipo y personal para contrarrestar los efectos de la falta de seguridad.

Según la encuesta, las empresas hoteleras destinan el 12% del total de sus costos a seguridad, lo cual reviste características de un impuesto adicional a los tres que ya paga el sector: impuesto al valor agregado, impuesto sobre la renta e impuesto para el funcionamiento del INGUAT.

Otro tema evaluado en la encuesta fue el impacto en la actividad hotelera de tres sucesos: la aparición de la gripe A H1N1, la cianobacteria en el lago de Atitlán y los linchamientos a presuntos delincuentes en el interior del país. Los datos muestran que de estos tres eventos, el que más perjudicó a las empresas del sector fue la epidemia de la gripe A H1N1 y el que menos impacto tuvo fue el florecimiento de la cianobacteria en Atitlán.

Gráfica 17
Impacto de sucesos en la actividad hotelera
Porcentaje acumulado de respuestas desfavorable y muy desfavorable

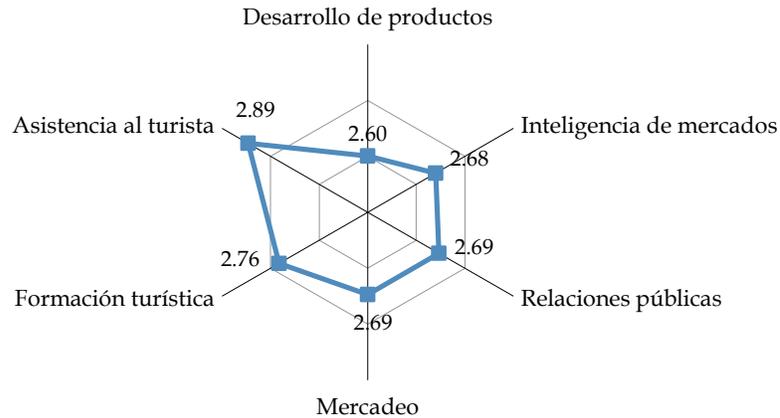


Fuente: ASÍES

También se midió la percepción por parte de los hoteleros sobre el trabajo realizado por el INGUAT. En general la calificación fue mala, ya que ninguno de los aspectos evaluados tuvo una calificación por encima del valor central de la escala de medición⁸. Como muestra la gráfica 7, el desarrollo de productos turísticos fue la actividad peor evaluada seguida por la inteligencia de mercados y el mercadeo, mientras que la asistencia al turista tuvo la calificación más alta aunque dista mucho de probar un buen desempeño.

⁸ Debido a que la escala de medición inicia en 1, la calificación central es 3.

Gráfica 18
Calificación del desempeño del INGUAT
Escala de 1 a 5
(1 desempeño muy desfavorable y 5 muy favorable)



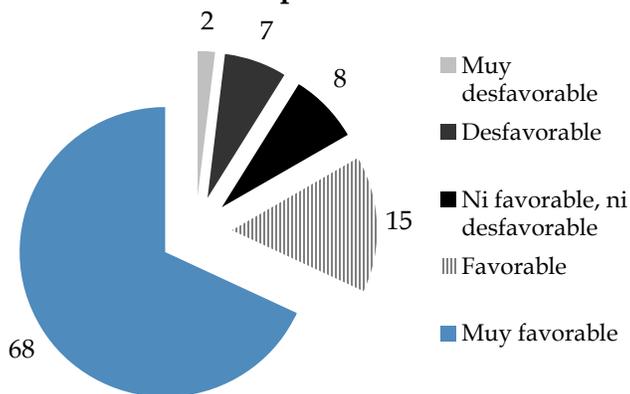
Fuente: ASÍES

Es importante señalar que no existen diferencias en las calificaciones dadas al INGUAT entre hoteles de distinto porcentaje de ocupación⁹, es decir la valoración del trabajo del INGUAT es la misma en los hoteles con alta, media y baja ocupación, por lo que es imposible decir que sólo los hoteles de bajo o mediano desempeño evaluaron mal el trabajo de la institución.

Últimamente se indagó la opinión de los hoteleros respecto a la eliminación del impuesto del 10% a la actividad turística. Los resultados muestran que la mayoría de empresarios del sector consideran que esta sería una acción que impactaría positivamente en la actividad hotelera. En efecto, el 68% de empresas opinó que esta suspensión sería muy favorable al sector y un 15% opinó que sería favorable; solo un 2% consideró que eliminar el impuesto desfavorecía el crecimiento de la industria hotelera.

⁹ Se realizó un análisis de Varianza y no se aceptó la hipótesis que las medias de las calificaciones fueran iguales ($p > 0.05$).

Gráfica 19
Impacto de la eliminación del impuesto del 10% a la actividad turística

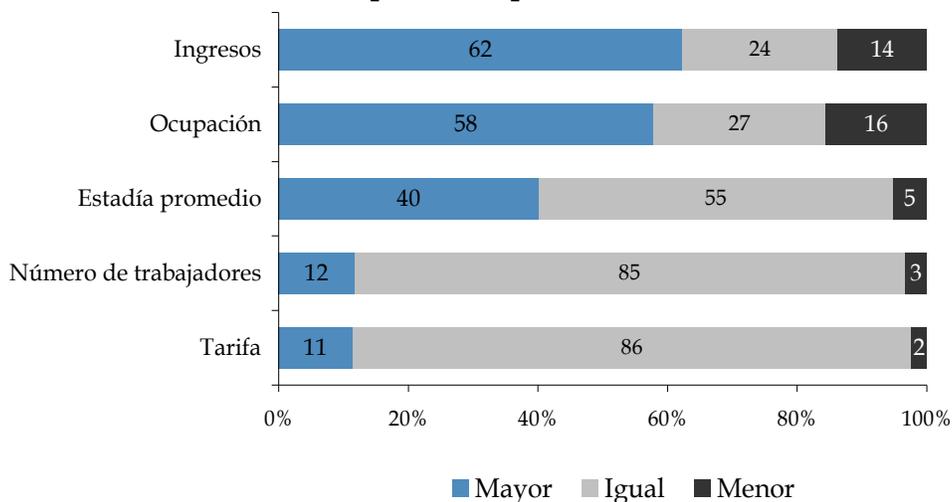


Fuente: ASÍES

Expectativas para 2010

Las perspectivas para el presente año son bastante positivas. El 62% de los hoteles considera que sus ingresos se incrementarán, el 58% tiene la expectativa de aumentar el porcentaje de ocupación media y el 40% opina que la estadía promedio se acrecentará.

Gráfica 20
Expectativas para 2010



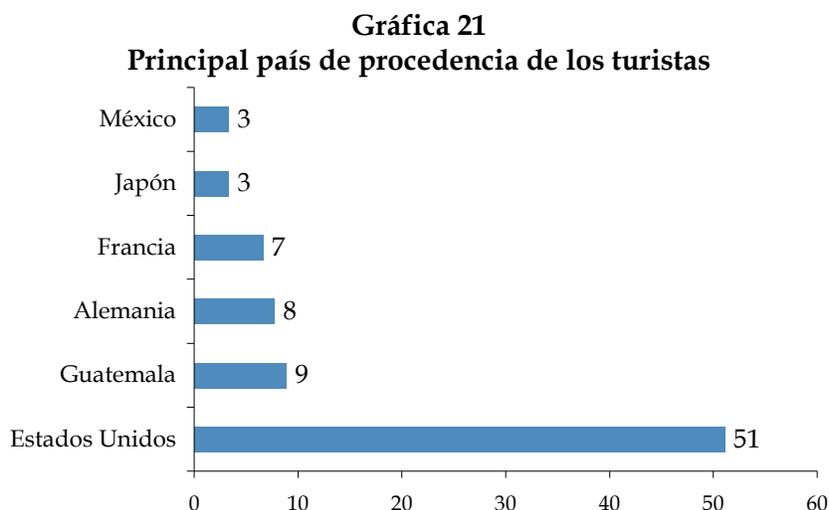
Fuente: ASÍES

Sin embargo, no se vislumbra un incremento de gran magnitud en el empleo. En efecto, solamente el 12% de hoteles tiene la expectativa de aumentar el número de trabajadores en el transcurso de 2010. De igual forma, se prevé que las tarifas se mantendrán estables en 2010 ya que el 86% de hoteles considera que no variará precios durante el año.

4. Encuesta a operadores y/o mayoristas de turismo

Perfil del turista

Como en anteriores estudios, el principal país de procedencia de los turistas es Estados Unidos. Asimismo, los turistas guatemaltecos continúan siendo el segundo mercado de los operadores de turismo. En esta ocasión los países centroamericanos no tuvieron una participación significativa y resalta el caso de Japón que no figuraba en estudios pasados.



Fuente: ASÍES

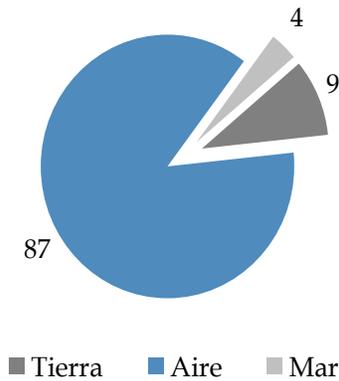
De nuevo se constata que el país no ha logrado abrir nuevos horizontes y se sigue dependiendo sustancialmente de un mercado, lo que impacta en la vulnerabilidad ante cambios en la demanda estadounidense e impide incrementar el ingreso de divisas por concepto de turismo.

A su vez, la edad y estadía promedio de los turistas sigue siendo aproximadamente la misma que en estudios anteriores: 41 años y 9 días, respectivamente.

Tanto el origen, edad y estadía de los turistas muestran muy poca variabilidad, lo que sugiere que Guatemala tiene dificultades como atractivo turístico para visitantes de otros países.

Otro de los aspectos evaluados fue el tipo de transporte utilizado por los turistas para ingresar al país. La mayoría de turistas ingresan por aire (87%) y muy pocos por tierra y mar (9% y 4%, respectivamente). La proporción de visitantes que arribaron por mar permaneció igual que en el estudio anterior, por lo que no existe evidencia que la actividad de cruceros se haya incrementado en este año.

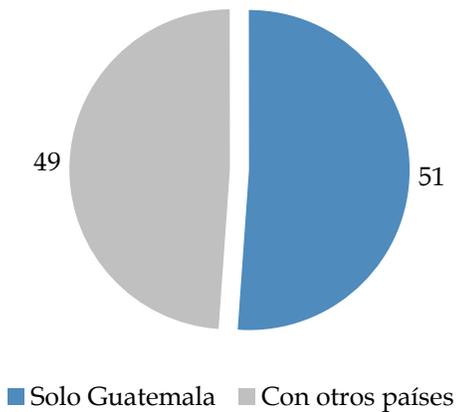
Gráfica 22
Medios de transporte por los que ingresan los turistas



Fuente: ASÍES

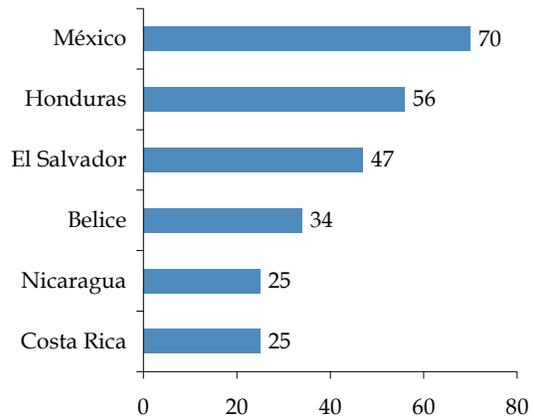
Además, aproximadamente uno de cada dos operadores de turismo ofrece paquetes en forma conjunta con otros países. México, Honduras y El Salvador son las naciones con las cuales se realiza un número mayor de conexiones.

Gráfica 23
Países con los que trabaja los paquetes



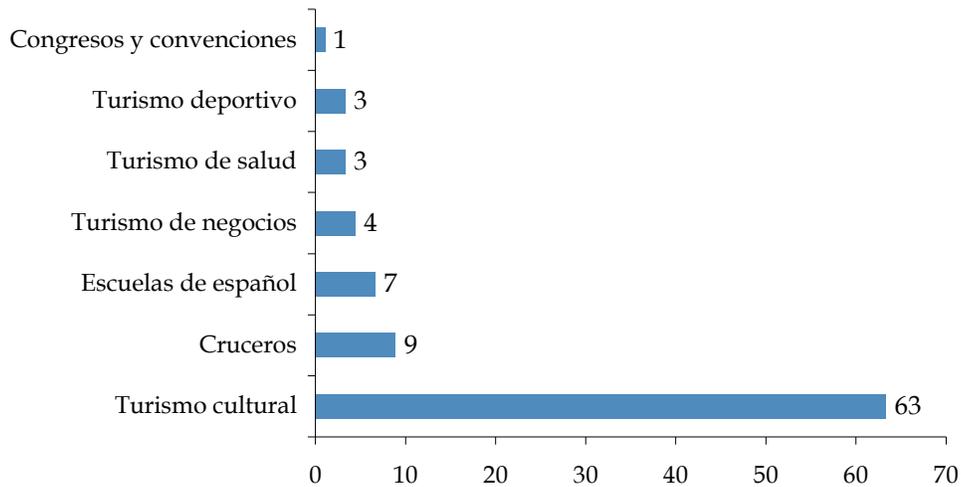
Fuente: ASÍES

Gráfica 24
Principales conexiones turísticas



Puede afirmarse que el motivo principal de visita a Guatemala es el turismo cultural, lo cual es consistente con la edad promedio de los turistas que vienen al país. Otras razones de visita siguen siendo muy poco significativas.

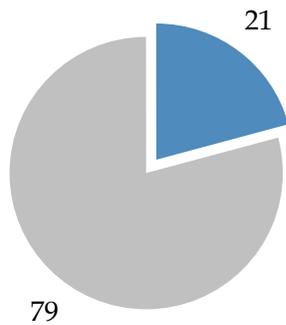
Gráfica 25
Principal motivo de procedencia de turistas



Fuente: ASÍES

La mayoría de operadores vende paquetes en circuito cerrado, es decir, con destinos y tiempos predefinidos; normalmente estos circuitos son tomados por una sola persona (ver gráficas 24 y 25).

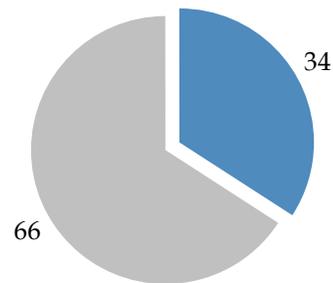
Gráfica 26
Tipo de paquetes ofrecidos



■ FIT (a la medida)
■ Circuitos cerrados

Fuente: ASÍES

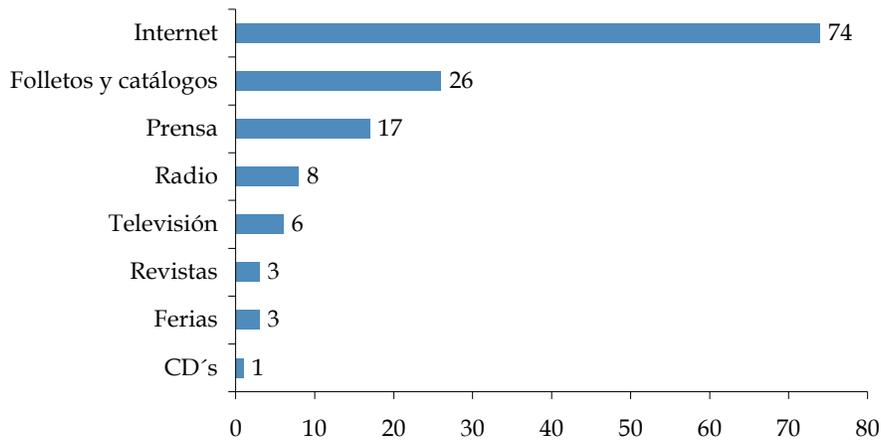
Gráfica 27
Tipo principal demanda



■ En grupo ■ Individual

Finalmente, se preguntó a los operadores de turismo cuál es el principal medio que utilizan para publicitarse. Los resultados muestran que el Internet es el medio más utilizado seguido de folletos y catálogos.

Gráfica 28
Principales medios de promoción



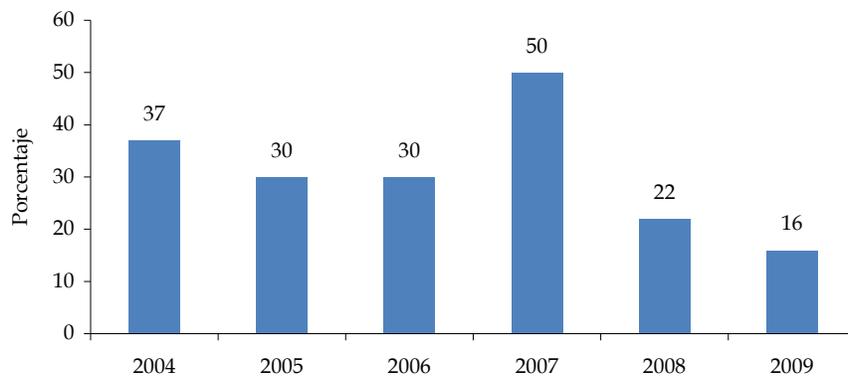
Fuente: ASÍES

Estos resultados confirman que el Internet es ahora el medio preferido para publicitarse y que otros como la televisión y las revistas están desapareciendo.

Número de turistas atendidos y tarifas

En esta ocasión solo un 16% de operadores de turismo logró incrementar el número de clientes atendidos en 2009 respecto a 2008, el porcentaje más bajo de los últimos seis estudios.

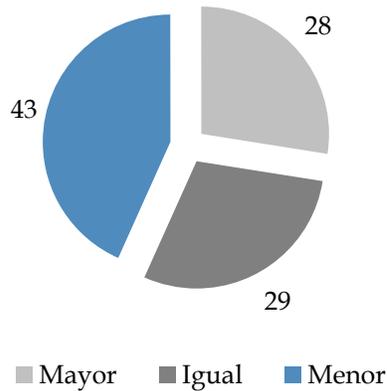
Gráfica 29
Porcentaje de empresas que incrementó sus clientes



Fuente: ASÍES.

Debido a la reducción de clientes, los ingresos de los operadores turísticos también disminuyeron. Los datos muestran que el 43% de estas empresas redujo sus ingresos, lo cual supone que casi una de cada dos de estas empresas pasó por serias complicaciones económicas en 2009 y no sería raro que algunas hayan cerrado o estén por cerrar.

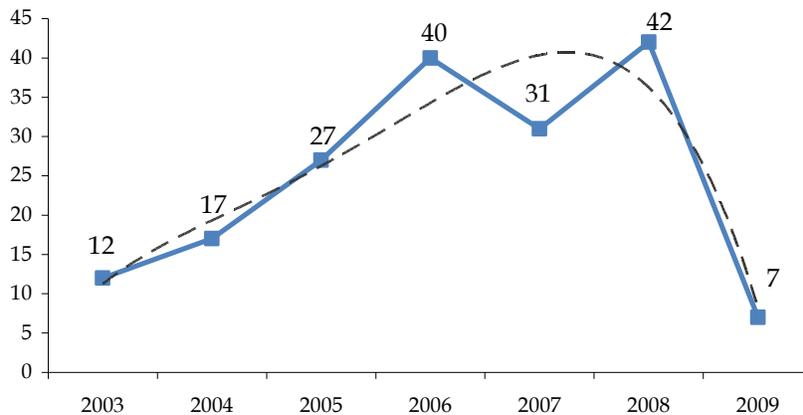
Gráfica 30
Ingresos en 2009 con relación a 2008



Fuente: ASÍES

La reducción del número de clientes obligó a los operadores de turismo a tener políticas de precios más moderadas. En la gráfica 31 se observa el saldo de opinión del precio de los paquetes y servicios, el cual se ubicó en 2009 en 7%, el más bajo de toda la serie.

Gráfica 31
Saldo de opinión del precio de los paquetes y servicios ofrecidos por los operadores de turismo



Fuente: ASÍES.

En suma, la reducción del número de clientes y la imposibilidad de aumentar precios, disminuyó los ingresos de los operadores turísticos en 2009, dando como resultado uno de los peores años para esta actividad económica.

Empleo

Una empresa operadora de turismo típica tiene en promedio 5.9 trabajadores, lo que la caracteriza como una microempresa. Además, estas empresas ocupan 11.3 trabajadores subcontractados, normalmente en las épocas de mayor afluencia de turistas.

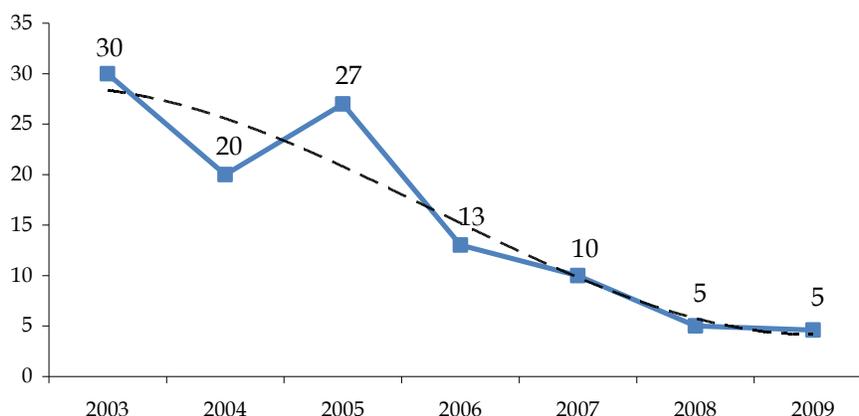
Cuadro 4
Estadísticas descriptivas del número de trabajadores

	Media	Desviación estándar
Número de trabajadores directos	5.9	6.4
Número de trabajadores subcontractados	11.3	43.1

Fuente: ASÍES.

Como consecuencia de la disminución del número de clientes, fueron muy pocas las empresas del sector que incrementaron la cantidad de trabajadores. Si se observa la tendencia en el porcentaje de empresas que aumentaron el número de plazas, se constata que esta ha sido decreciente.

Gráfica 32
Porcentaje de empresas que incrementó trabajadores fijos

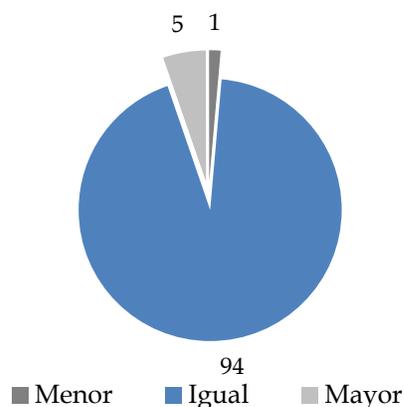


Fuente: ASÍES

Los resultados ponen de manifiesto que esta actividad económica no está siendo una fuente de empleo significativa y estable en el país, tal como está sucediendo en el sector hotelero.

Por último, el 94% de operadores de turismo no varió la cantidad de trabajadores subcontractados, hecho que reafirma que en 2009 este sector demandó muy pocos empleados.

Gráfica 33
Número de trabajadores subcontratados
en 2009 en relación a 2008

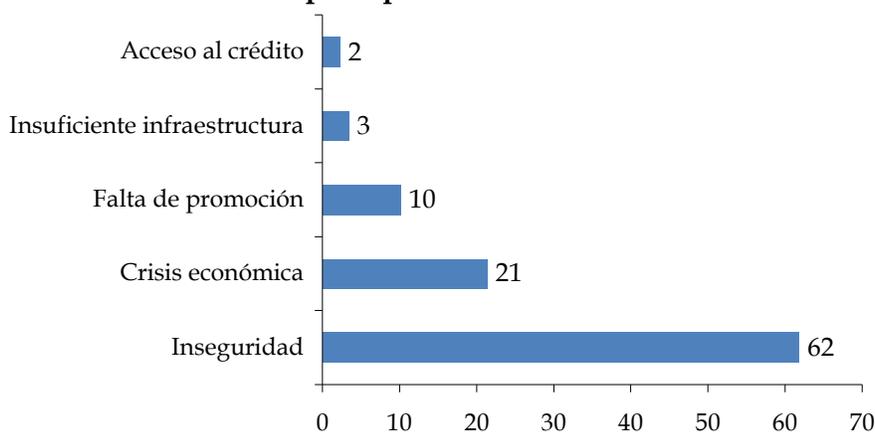


Fuente: ASÍES.

Aspectos relacionados con el desempeño del sector

A diferencia de los hoteles que consideraron que el principal problema del sector fue la crisis económica internacional, los operadores de turismo opinaron que la inseguridad fue el inconveniente más grande para esta actividad económica en 2009.

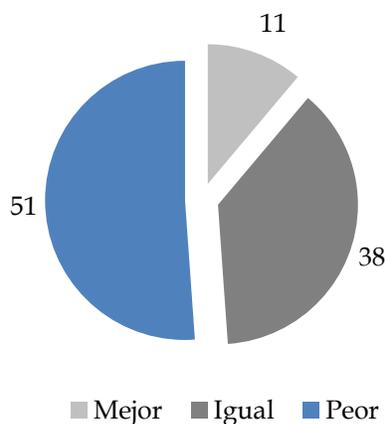
Gráfica 34
Principales problemas del sector



Fuente: ASÍES

En tal razón, una de cada dos empresas del sector consideró que el clima de inseguridad empeoró en 2009 con respecto al de 2008. Por ello se insiste en la urgente necesidad de implementar políticas que mejoren a corto plazo el clima de seguridad en el país, lo cual repercutirá positivamente en la tranquilidad de los guatemaltecos y en la industria turística.

Gráfica 35
Situación de la inseguridad en 2009 en comparación a 2008

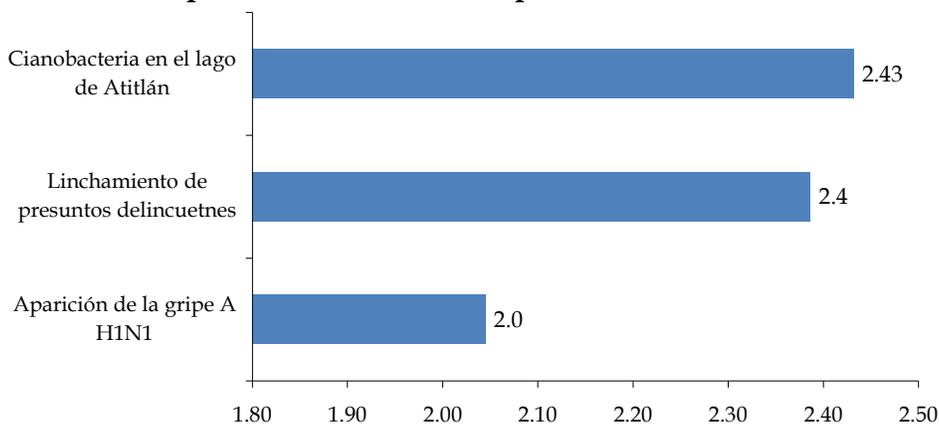


Fuente: ASÍES

En este sentido, se encontró que en promedio los operadores de turismo erogan el 9.5% del total de sus costos en seguridad, porcentaje un tanto más bajo que el de los hoteles.

Fueron evaluados tres aspectos por el impacto causado en los operadores de turismo: la aparición de la cianobacteria en el lago de Atitlán, el linchamiento de presuntos delincuentes y la epidemia de la gripe A H1N1. En general estos hechos no influenciaron demasiado en la actividad, ya que en una escala de 1 a 5, donde 1 es muy poco impacto y 5 mucho, ninguno tuvo una calificación promedio de 3 o más puntos. En la gráfica 36 se observan las calificaciones medias dadas por los empresarios para cada uno de estos eventos.

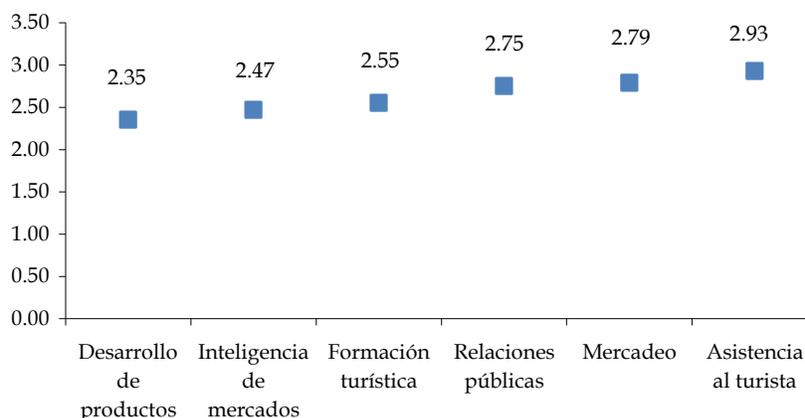
Gráfica 36
Impacto de sucesos en los operadores de turismo



Fuente: ASÍES.

A los operadores se les pidió que calificaran el trabajo del INGUAT, con malos resultados para la institución. En efecto, de los seis aspectos evaluados ninguno recibió una calificación de 3 o más puntos. Las funciones peor evaluadas fueron el desarrollo de productos, la inteligencia de mercados y la formación turística, mientras que recibieron una calificación un poco mejor las relaciones públicas, el mercadeo y la asistencia al turista.

Gráfica 37
Calificación del desempeño del INGUAT



Fuente: ASÍES.

Otro tema considerado fue la opinión de los operadores respecto al impacto que tendría para la actividad turística la supresión del impuesto del 10% al INGUAT. En una escala de 1 a 5 donde 1 sería negativo y 5 positivo, se obtuvo una calificación de 4.4, lo que muestra que tanto los operadores como los hoteleros consideran muy conveniente la supresión de este impuesto.

Finalmente, se constató que el impacto de la crisis fue alto al obtenerse una calificación de 3.6 sobre 5. Lo alentador es que los operadores de turismo consideran que la recuperación económica se dará pronto: en julio de 2010.

5. Conclusiones

El impacto de la pérdida de empleo a nivel mundial repercutió significativamente en la actividad empresarial de los hoteles y operadores y/o mayoristas de turismo guatemaltecos. En este sentido, el saldo de opinión respecto a la ocupación para el año 2009 es el reflejo de la caída de la demanda por servicios hoteleros tanto por turistas nacionales como extranjeros, que tuvo como resultado la pérdida de empleos, disminución de los ingresos y menos en la cantidad de habitaciones ofrecidas.

De igual manera, las mediciones realizadas confirman que entre mayor fue la percepción de impacto de la crisis, mayor fue la caída de la ocupación en los hoteles. Sin embargo, las personas que continúan demandando servicios hoteleros, en promedio, no disminuyeron el tiempo de estadía respecto a años anteriores. Un dato que resume la pérdida de dinamismo de la actividad hotelera es el aumento de la proporción del empleo temporal respecto al empleo total, que significa que hacen uso de los servicios de este insumo sólo en caso que la demanda lo permita.

La procedencia de los turistas que hacen uso de los servicios de operadores y/o mayoristas son especialmente de los EE.UU., Europa y Japón. Sin embargo, existe una alta dependencia sobre los turistas estadounidenses que incrementa el impacto de la crisis financiera -iniciada en el país norteamericano- sobre los ingresos, empleo y actividad operativa en general de este tipo de empresas.

En relación a las tarifas, la mayoría de los entrevistados manifestó que las tarifas de 2009 no variaron respecto a 2008, resultado que refleja la lógica de los empresarios ante la caída de la demanda e ingresos en el sentido de mantener la competitividad y atracción de turistas por medio de promociones y mantenimiento de los precios. Cabe destacar que este comportamiento fue generalizado en el país, ya que los principales lugares de destino no mostraron diferencias estadísticas respecto a las regiones menos conocidas.

Entre los obstáculos estructurales del desempeño turístico nacional figura la inseguridad, cuyo impacto se manifiesta en la disminución de los turistas que ingresan al país y el incremento de los costos de las empresas turísticas. Ante tal contexto, los hoteles y operadores utilizan un porcentaje de sus costos en la contratación de seguridad privada para la protección de sus clientes, que absorbe entre el 12% y 9.5% del presupuesto para hoteleros y operadores, respectivamente.

Los recursos destinados a seguridad podrían ser utilizados para la promoción del país y capacitación de personal involucrado en la industria. Por lo tanto, es urgente que se realicen campañas de educación para la protección del turista nacional e internacional. En adición, otros factores puntuales influyeron en la caída del turismo en el año 2009, tales como la gripe AH1N1 que afectó principalmente a México aun que se constituyó en una amenaza mundial; linchamientos en algunas comunidades del interior del país; y el descubrimiento de la cianobacteria en el lago de Atitlán.

Finalmente, la opinión de los empresarios respecto al desempeño y buen uso de los recursos por parte del INGUAT, reflejan la necesidad de incrementar los esfuerzos en materia de desarrollo de productos para la promoción del país. Por lo tanto, es conveniente la realización de alianzas estratégicas con países cuyas principales conexiones propicien mayor flujo turístico hacia Guatemala. Asimismo, es necesario mejorar la inteligencia de mercados y la formación de personas, de manera que esta institución pública pueda incrementar su apoyo a las empresas nacionales dedicadas a actividades afines al turismo e incrementar los puestos de trabajo que ellas puedan ofrecer.

Anexo A Cuestionarios

9ª ENCUESTA AL SECTOR TURISMO - BOLETA HOTELES Fecha: _____ Boleta: _____

1. ¿Cuántas habitaciones tiene el hotel actualmente? _____

2. El número de habitaciones en el año 2009, en relación al año 2008 fue:
Mayor 1 Igual 2 Menor 3

3. El número de habitaciones ofrecidas para el año 2010 será:
Mayor 1 Igual 2 Menor 3
↓ En cuánto: _____ ↓ En cuánto: _____

4. ¿Cuál fue el porcentaje de ocupación media durante el año 2009? _____ %

5. El porcentaje de ocupación en el año 2009 en relación el año 2008 fue:
Mayor 1 Igual 2 Menor 3

6. Para el año 2010, la ocupación del hotel será:
Mayor 1 Igual 2 Menor 3

7. Los ingresos totales de su empresa en 2009 respecto a 2008 fueron:
Mayores 1 Iguales 2 Menores 3

8. Para el presente año, cree que los ingresos serán:
Mayores 1 Iguales 2 Menores 3

9. Del total de sus ingresos, ¿qué porcentaje obtiene por servicios de hospedaje y qué porcentaje proviene de la realización de Alimentos y Bebidas?
Hospedaje _____ % A y B (incluyendo eventos) _____ %

TARIFA

10. ¿Cuál fue la tarifa promedio por una noche en el año 2009? Q. _____ ó \$. _____

11. Con respecto al año 2008, esta tarifa es:
Mayor 1 Igual 2 Menor 3

12. Para el año 2010, la tarifa será:
Mayor 1 Igual 2 Menor 3

EMPLEO

13. En el año 2009, el número de trabajadores fijos del hotel fue de: _____

14. En relación al año 2008, este número fue:
Mayor 1 Igual 2 Menor 3
↓ En cuánto: _____ ↓ En cuánto: _____

15. Para el año 2010, se espera que el número de trabajadores sea:
Mayor 1 Igual 2 Menor 3

16. ¿Contrató usted trabajadores temporales (extras) en el 2009? Sí 1 No 2
↓
¿Cuántos? _____

TURISTAS

17. ¿Cuál fue la estadia promedio de los huéspedes en el año 2009? _____ días

18. En relación al año 2008, este número fue:
Mayor 1 Igual 2 Menor 3

19. Para el año 2010, considera que esta será:
Mayor 1 Igual 2 Menor 3

20. De los huéspedes en el año 2009,
a) ¿Qué porcentaje fueron nacionales? _____ % b) ¿Qué porcentaje fueron extranjeros? _____ %

21. ¿Cuál es la principal procedencia de sus huéspedes?
1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____

22. De los huéspedes extranjeros ¿de que país ha visto un mayor crecimiento de 2009 respecto a 2008?
País: _____ (ver código)

23. En su hotel, el ingreso de centroamericanos en el año 2009 respecto a el año 2008 fue:
Mayor 1 Igual 2 Menor 3

24. En el año 2009, ¿cuántas noches en promedio permanecieron los turistas extranjeros en el hotel? _____ noches

25. ¿Cuál es el problema que más afecta a su actividad turística?
Crisis económica-financiera 1 Insuficiente infraestructura 3 Acceso al crédito 6
Inseguridad 2 Falta de promoción 4 Otra: _____ 7
Deterioro ambiental y del patrimonio cultural 5

26. ¿La situación de seguridad en el sector turismo, respecto a hace un año es?
Mejor 1 Igual 2 Peor 3

27. Del total de costos de su empresa, ¿qué porcentaje utiliza para protegerla de la delincuencia e inseguridad? _____ %

28. En una escala de 1 a 5, ¿Cuál ha sido el impacto de las siguientes situaciones en su empresa?
1= Muy desfavorable; 2= Desfavorable; 3= Ni favorable, ni desfavorable; 4= Favorable; 5= Muy favorable

a) Aparición de la gripe A H1N1 _____

b) Aparición de la cianobacteria en el Lago de Atitlán _____

c) Linchamiento de presuntos delincuentes _____

SECTORIAL

Atribuciones del Inguat

29. A su criterio, ¿cuáles son las principales atribuciones del Inguat para promover el desarrollo de la industria turística?

¿Alguna otra?: _____
¿Alguna otra?: _____
¿Alguna otra?: _____
¿Alguna otra?: _____

30. En una escala de 1 a 5, ¿cómo califica el desempeño del Inguat en las siguientes divisiones ó secciones?
1= Muy desfavorable; 2= Desfavorable; 3= Ni favorable, ni desfavorable; 4= Favorable; 5= Muy favorable

a) Mercadeo _____ d) Asistencia al Turista _____

b) Desarrollo de productos _____ e) Relaciones públicas _____

c) Formación turística _____ f) Inteligencia de mercados _____

31. En una escala de 1 a 5, ¿qué tanto le favorece la posible suspensión del pago del impuesto del 10% al turista?
1= Muy desfavorable; 2= Desfavorable; 3= Ni favorable, ni desfavorable; 4= Favorable; 5= Muy favorable

1 2 3 4 5

Crisis económica

32. ¿En qué mes y año cree que empezará el sector a percibir los efectos de la recuperación económica?
Mes: _____ Año: _____

33. En una escala de 1 a 5, ¿qué tanto le afectó la crisis? (Donde 1 es nada y 5 es mucho) _____

NOMBRE DEL HOTEL: _____ DEPTO.: _____ MUNICIPIO: _____

NOMBRE ENTREVISTADO: _____ CARGO: _____

TELÉFONOS: _____ E MAIL: _____

9ª ENCUESTA AL SECTOR TURISMO - BOLETA OPERADORES DE TURISMO		Fecha	Boleta	
ACTIVIDAD	1. ¿Cuántos turistas atendió en promedio por mes en el año 2009?	<input type="text"/>		
	2. Con respecto al año 2008, el número de turistas que atendió fue: Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> En cuánto: <input type="text"/> #, no % En cuánto: <input type="text"/> #, no %			
	3. Para el presente año, las expectativas de la cantidad de turistas que atenderá son: Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/>			
	4. Los ingresos totales de su empresa en 2009 respecto a 2008 fueron: Mayores <input type="checkbox"/> Iguales <input type="checkbox"/> Menores <input type="checkbox"/>			
	5. Para el presente año, cree que los ingresos serán: Mayores <input type="checkbox"/> Iguales <input type="checkbox"/> Menores <input type="checkbox"/>			
TURISTAS	6. El precio promedio de los paquetes o servicios que prestó en 2009 respecto a 2008 fue: Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> En cuánto: <input type="text"/> % En cuánto: <input type="text"/> %			
	7. Para el presente año, cree que la tarifa será: Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/>			
SERVICIOS	8. ¿Cuál es la principal procedencia de sus clientes? 1. <input type="text"/> 2. <input type="text"/> 3. <input type="text"/> 4. <input type="text"/> 5. <input type="text"/>			
	9. ¿Cuál es la edad promedio de los turistas que atendió en el año 2009? <input type="text"/> años			
	10. ¿Cuál fue la estadía promedio de los turistas que atendió en el año 2009? <input type="text"/> días			
	11. ¿Sus pasajeros llegan principalmente por: <input type="checkbox"/> Tierra <input type="checkbox"/> Aire <input type="checkbox"/> Mar ¿Por qué frontera?			
	12. ¿Los paquetes que ofrecen son sólo para Guatemala o están en combinación con otros países? Sólo Guatemala <input type="checkbox"/> Con otros países <input type="checkbox"/> ¿qué países? México <input type="checkbox"/> El Salvador <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> ¿Cuál? <input type="text"/> Belice <input type="checkbox"/> Nicaragua <input type="checkbox"/> Honduras <input type="checkbox"/> Costa Rica <input type="checkbox"/>			
	12 a ¿Qué tipo de paquete venden más? FIT (a la medida) <input type="checkbox"/> Circuitos cerrados <input type="checkbox"/>			
	12 b ¿La demanda es principalmente: En grupo <input type="checkbox"/> Individual <input type="checkbox"/>			
	13. ¿Qué tipo de producto tiene mayor demanda? Turismo de negocios <input type="checkbox"/> Escuelas de español <input type="checkbox"/> Congresos, convenciones y viajes incentivo <input type="checkbox"/> Turismo cultural <input type="checkbox"/> Aventura <input type="checkbox"/> Turismo religioso <input type="checkbox"/> Turismo comunitario <input type="checkbox"/> Otro, ¿cuál? <input type="checkbox"/> Turismo de salud <input type="checkbox"/> Cruceros <input type="checkbox"/> Turismo deportivo (volcanes, golf, pesca) <input type="checkbox"/>			
	14. ¿Cuáles son los medio de promoción que más utiliza su empresa? Internet <input type="checkbox"/> Prensa <input type="checkbox"/> Revista especializada <input type="checkbox"/> Folletos y catálogos <input type="checkbox"/> Ferias de turismo <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/> CD's <input type="checkbox"/>			
	EMPLEO	15. El número de trabajadores fijos de la empresa en 2009 fue de: <input type="text"/>		
		16. En relación al 2008, este número fue: Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> En cuánto: <input type="text"/> #, no % En cuánto: <input type="text"/> #, no %		
		17. Para el presente año 2010, espera que el número de trabajadores en su empresa sea: Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/>		
		18. La cantidad de empleados por servicios prestados (subcontratados) en el año 2009 fue de: <input type="text"/>		
		19. En relación al año 2008, este número fue: Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> En cuánto: <input type="text"/> #, no % En cuánto: <input type="text"/> #, no %		
20. Para el presente año, espera que el número de empleados por servicios prestados sea: Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/>				
SECTORIAL	21. ¿Cuál es el problema que más afecta a su actividad turística? Crisis económica-financiera <input type="checkbox"/> Insuficiente infraestructura <input type="checkbox"/> Acceso al crédito <input type="checkbox"/> Inseguridad <input type="checkbox"/> Falta de promoción <input type="checkbox"/> Otra: <input type="text"/> <input type="checkbox"/> Deterioro ambiental y del patrimonio cultural <input type="checkbox"/>			
	22. ¿La situación de seguridad en el sector turismo, respecto a hace un año es? Mejor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Peor <input type="checkbox"/>			
	23. Del total de costos de su empresa, ¿qué porcentaje utiliza para protegerla de la delincuencia e inseguridad? <input type="text"/> %			
	24. En una escala de 1 a 5, ¿Cuál ha sido el impacto de las siguientes situaciones en su empresa? 1= Muy desfavorable; 2= Desfavorable; 3= Ni favorable, ni desfavorable; 4= Favorable; 5= Muy favorable a) Aparición de la gripe A H1N1 <input type="text"/> b) Aparición de la cianobacteria en el Lago de Atitlán <input type="text"/> c) Linchamiento de presuntos delincuentes <input type="text"/>			
	Atribuciones del Inguat			
	25. A su criterio, ¿cuáles son las principales atribuciones del Inguat para promover el desarrollo de la industria turística? <input type="text"/> ¿Alguna otra?: <input type="text"/> <input type="text"/> ¿Alguna otra?: <input type="text"/> <input type="text"/> ¿Alguna otra?: <input type="text"/>			
	26. En una escala de 1 a 5, ¿cómo califica el desempeño del Inguat en las siguientes divisiones ó secciones? 1= Muy desfavorable; 2= Desfavorable; 3= Ni favorable, ni desfavorable; 4= Favorable; 5= Muy favorable a) Mercadeo <input type="text"/> d) Asistencia al Turista <input type="text"/> b) Desarrollo de productos <input type="text"/> e) Relaciones públicas <input type="text"/> c) Formación turística <input type="text"/> f) Inteligencia de mercados <input type="text"/>			
	27. En una escala de 1 a 5, ¿qué tanto le favorece la posible suspensión del pago del impuesto del 10% al turista? 1= Muy desfavorable; 2= Desfavorable; 3= Ni favorable, ni desfavorable; 4= Favorable; 5= Muy favorable 1 2 3 4 5			
	Crisis económica			
	28. ¿En qué año y mes cree que empezará el sector a percibir los efectos de la recuperación económica? Mes: <input type="text"/> Año: <input type="text"/>			
29. En una escala de 1 a 5, ¿qué tanto le afectó la crisis? (Donde 1 es nada y 5 es mucho) <input type="text"/>				
NOMBRE DEL OPERADOR:		DEPTO.:	MUNICIPIO:	
NOMBRE ENTREVISTADO:		CARGO:		
TELÉFONOS:		E MAIL:		