



X

ENCUESTA AL SECTOR TURISMO:

Hoteles y operadores y/o mayoristas de Turismo

Resultados a 2010

ASIES

Departamento de Investigaciones y Consultoría Económica (DICE)

Con el apoyo de la Cámara de Turismo de Guatemala y la Fundación Konrad Adenauer Stiftung

Guatemala 2011

Índice

Presentación	3
1. Encuesta a hoteles	4
2. Encuesta a operadores	19
3. Expectativas para 2011	25
Temas adicionales	27
Conclusiones	34

Presentación

El turismo es una de las actividades económicas más importantes del país, la cual aporta empleo y divisas para el país. En este sentido, múltiples estudios apuntan a que el turismo no solo aporta recursos importantes, sino que también tiene un enorme potencial de crecimiento. Por ello, año con año la Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASIES) realiza la Encuesta al Sector Turismo para conocer el desarrollo, desempeño y obstáculos por la que esta actividad está atravesando y así aportar información útil para la toma de decisiones tanto a nivel empresarial como gubernamental.

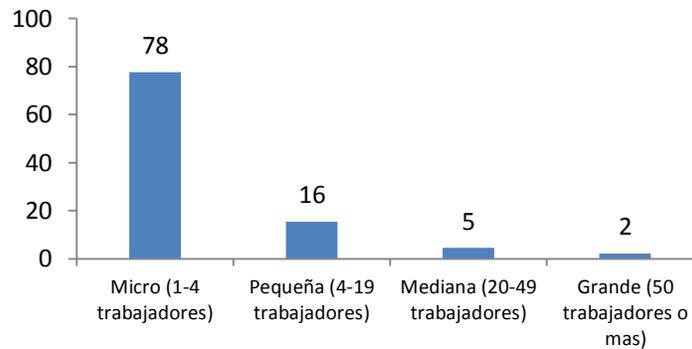
La encuesta se divide en cuatro grandes apartados: los resultados para los hoteles, para los operadores de turismo, las expectativas para 2011 y los temas adicionales. En las primeras dos secciones se tratan temas relativos al desempeño de las empresas turísticas como producción, competencia, precios, etc.; en las expectativas se analizan las percepciones de las empresas sobre la actividad turística en el futuro cercano; mientras que en los temas adicionales se investigan tópicos relevantes para el sector. En esta ocasión se consultó sobre las Ley de Feriados Móviles, la utilidad de la información estadística del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), la calificación del INGUAT por parte de los empresarios del sector, el proceso electoral y las alertas que países han realizado para que sus ciudadanos no visiten Guatemala.

1. Encuesta a hoteles

Caracterización general de los hoteles

La encuesta muestra que más de dos terceras partes de los hoteles del país tienen cuatro o menos trabajadores, lo cual muestra que la actividad hotelera no es distinta de la mayoría de actividades económicas del país en las que predominan las micro y pequeñas empresas.

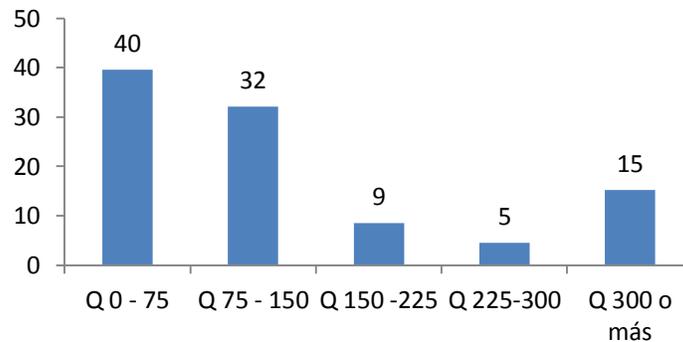
Gráfica 1
Porcentaje de hoteles por tamaño medido por número de trabajadores



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Asimismo, al estratificar los hoteles por la tarifa promedio de una habitación sencilla, se tiene que la mayoría de hoteles cobra tarifas menores a Q 150 la noche, mientras que sólo un 15% de hoteles tiene tarifas por encima de Q 300, que son lo que se esperaría que atienden al turismo externo.

Gráfica 2
Porcentaje de hoteles por tarifa promedio de una habitación sencilla

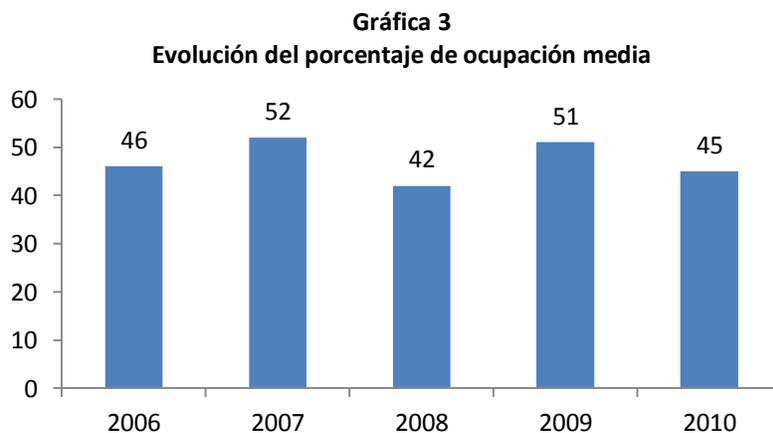


Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Ocupación

La ocupación promedio es una de las variables de desempeño más importante para los hoteles y la actividad turística en general. Cuando los hoteles se encuentran vacíos se pueden asegurar, por lo menos, lo siguiente: que estas empresas no están teniendo ingresos y por lo tanto se ven imposibilitadas de generar empleo, impuestos e inversión; tienen una alta capacidad instalada ociosa que representa un alto costo de oportunidad; y finalmente, que el país no está siendo atractivo como destino turístico.

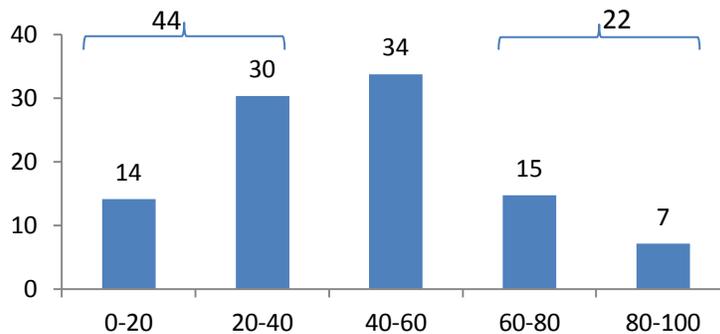
Por ello, analizar el desenvolvimiento del porcentaje de ocupación media de los hoteles del país es de suma importancia para conocer si la actividad turística está mejorando o no su desempeño. En este sentido, los datos de la encuesta muestran que este porcentaje ha estado prácticamente estancado en los últimos cinco años. En la gráfica siguiente se observa que el porcentaje de ocupación ha rondado el 50% en los estudios de 2006 a 2010, lo que evidencia que en el último lustro de cada dos habitaciones hoteleras una ha permanecido desocupada.



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Empero, el dato para 2010 muestra que la ocupación mostró un leve retroceso respecto a 2009 pese a que el año pasado diversos indicadores económicos mostraron mejoría. Si se analiza más detenidamente la ocupación media para del año pasado se encuentra que el 44% de los hoteles guatemaltecos tuvieron una ocupación pobre (a lo más el 40% de sus habitaciones estuvo ocupada), mientras que sólo el 22% logró una buena ocupación (más del 60% de las habitaciones estuvo ocupada)

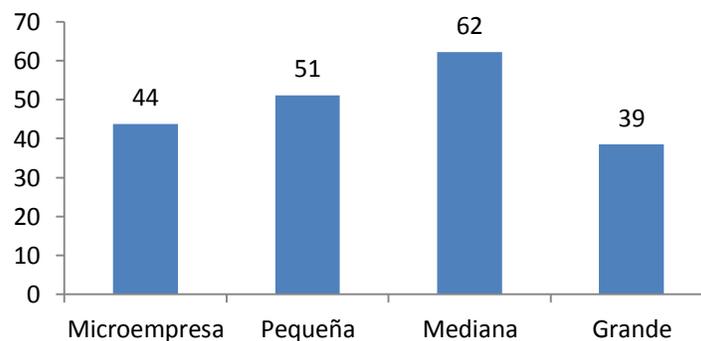
Gráfica 4
Ocupación media por quintiles
Año 2010



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Por tamaño de empresa, los hoteles medianos fueron los que mostraron mejor ocupación y los grandes la más baja. La baja ocupación de los hoteles grandes podría responder tanto a una reducción de turistas extranjeros como a la disminución del ingreso de los hogares a nivel mundial a causa de la crisis económica internacional.

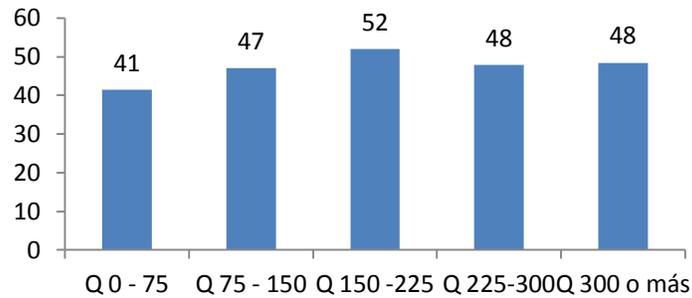
Gráfica 5
Porcentaje de ocupación por tamaño de empresa



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Sin embargo, al analizar el porcentaje de ocupación media por tarifa se observa que los hoteles con tarifas más bajas mostraron la ocupación más baja, situación que pone de manifiesto que aún los hoteles de precios bajos –que son la mayoría– tuvieron un mal desempeño.

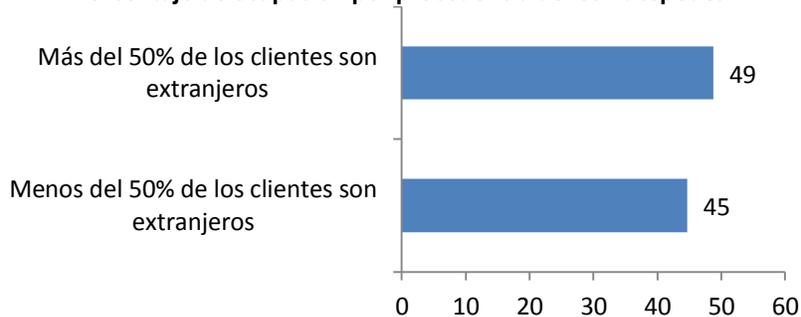
Gráfica 6
Porcentaje de ocupación media por tarifa



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Por procedencia de los turistas, se tiene que los hoteles que reciben principalmente turistas extranjeros tuvieron una ocupación media un poco mejor que los que reciben a turistas nacionales. Empero, el porcentaje de ocupación para ambos casos es menor del 50%.

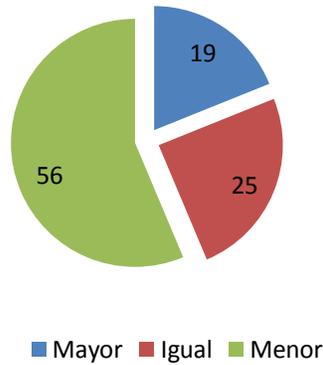
Gráfica 7
Porcentaje de ocupación por procedencia de los huéspedes



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Los datos expuestos evidencian que en general la ocupación media de los hoteles estuvo muy baja independientemente del tamaño, precios y perfil del huésped. En este sentido, el 56% de los hoteleros entrevistados opinó que la ocupación en 2010 se redujo respecto a la 2009.

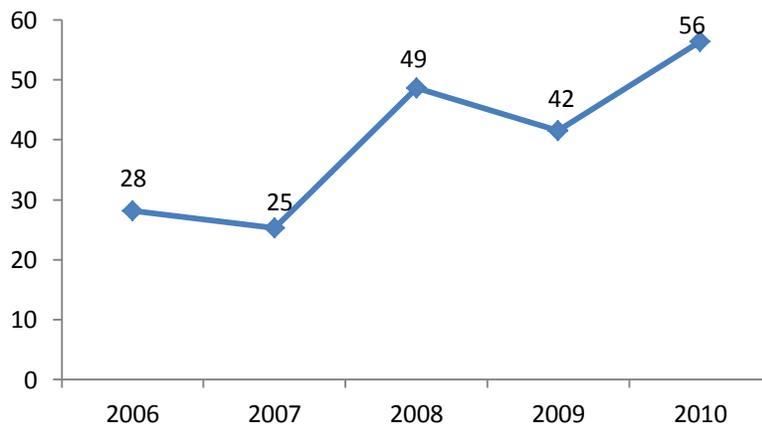
Gráfica 8
Porcentaje de ocupación media en 2010 respecto a 2009



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

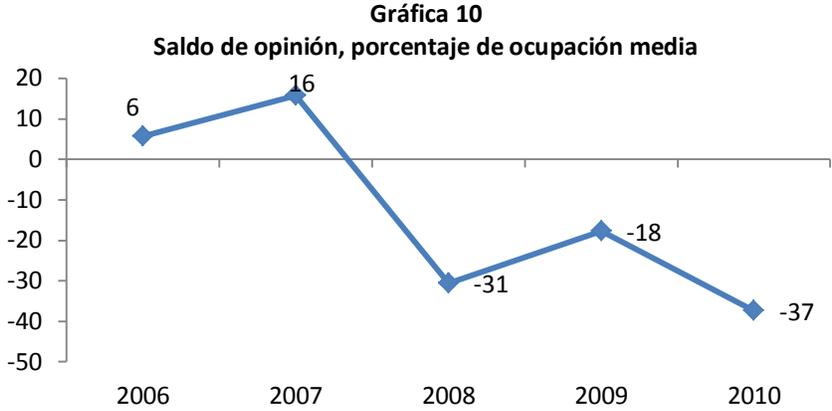
Al comparar este dato con los recabados en anteriores estudios se concluye que en 2010 se obtuvo el mayor porcentaje de hoteles que observó una disminución en el porcentaje de ocupación, extremo que muestra que posiblemente 2010 fue el peor año para el sector hotelero nacional del último lustro.

Gráfica 9
Porcentaje de hoteles que han disminuido ocupación
Serie histórica



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

El saldo de opinión de la ocupación media corrobora que 2010 fue un año de baja afluencia de turistas a los hoteles del país y que la tendencia del sector ha sido a la baja en los últimos cinco años.

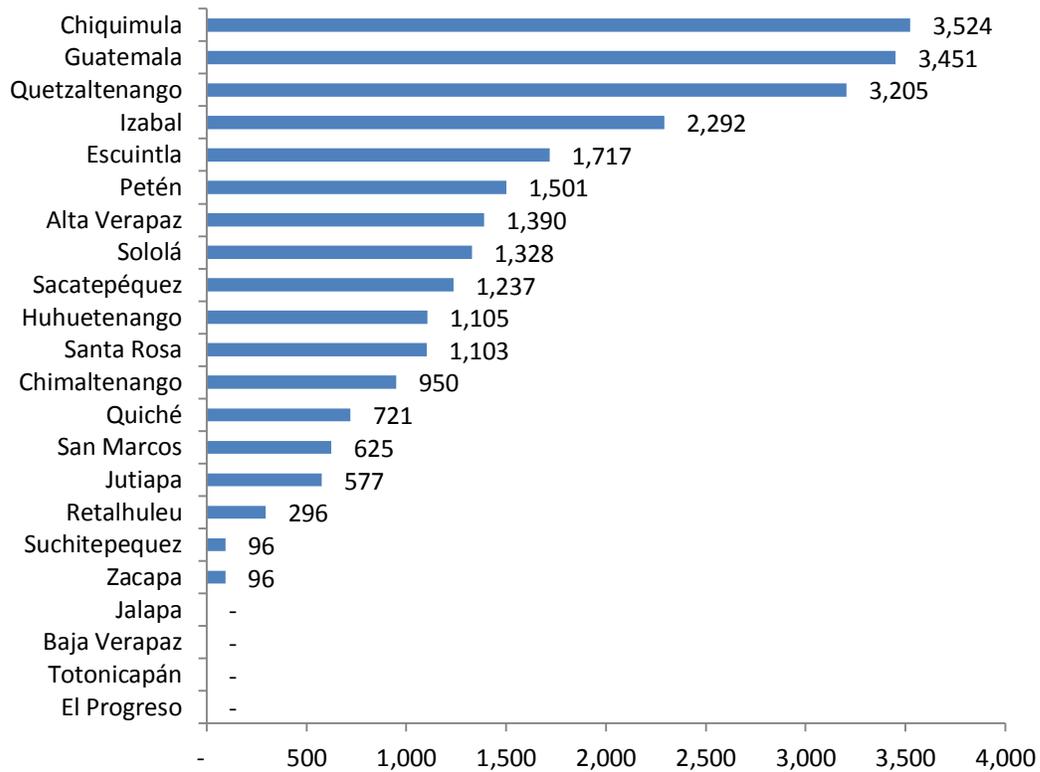


Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Habitaciones

Según los datos de la encuesta, el número total de habitaciones hoteleras en el país es aproximadamente de 25,000. Al desagregar este dato por departamento se tiene que Chiquimula, Guatemala y Quetzaltenango son los tienen el mayor número de habitaciones.

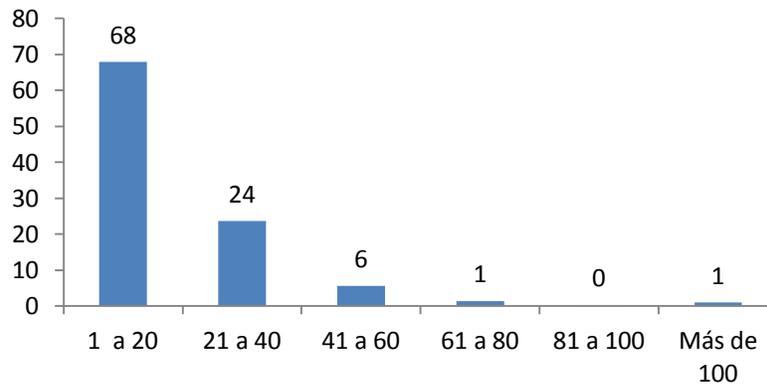
Gráfica 11
Distribución de habitaciones por departamento



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Al igual que en otros estudios, se tiene que la mayoría de hoteles en Guatemala son pequeños, ya que casi 7 de cada 10 tienen veinte o menos habitaciones y menos del 3% poseen 60 o más habitaciones.

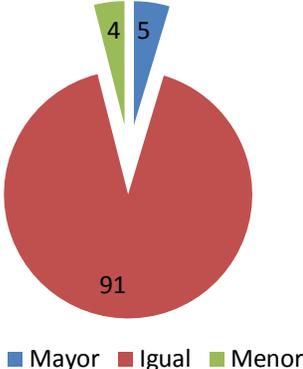
Gráfica 12
Frecuencia de hoteles por número de habitaciones



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

En esta oportunidad, el 91% de hoteleros mantuvo el número de habitaciones, lo que muestra que muy pocos hoteles están creciendo e invirtiendo en incrementar su capacidad instalada.

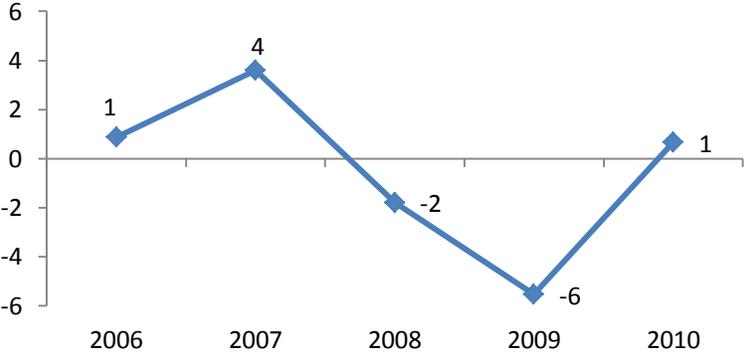
Gráfica 13
Variación interanual del número de habitaciones



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Sin embargo, el 5% de empresas que incrementaron el número de habitaciones fue suficiente para cambiar la tendencia del saldo de opinión de esta variable que esta ocasión fue positivo aunque de muy baja magnitud.

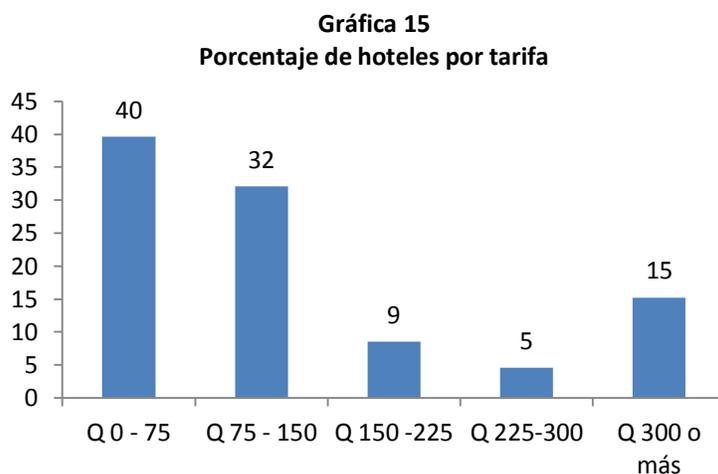
Gráfica 14
Saldo de opinión del número de habitaciones



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

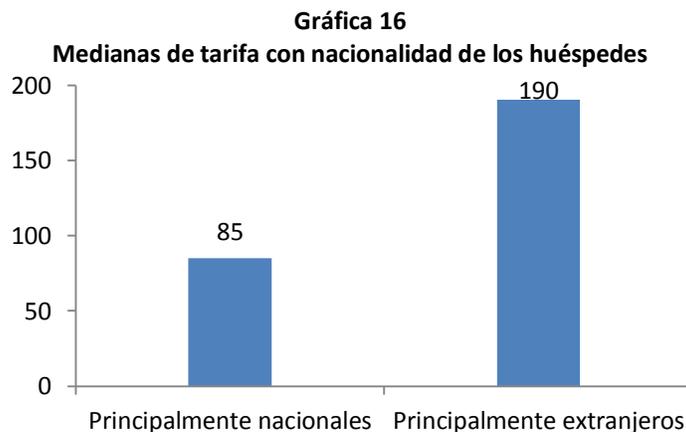
Tarifa

La mayoría de hoteles en el país tienen tarifas menores a Q 150.00 por noche por habitación simple. Este resultado es similar al obtenido en encuestas pasadas, situación que podría interpretarse en el sentido que no ha crecido el número de hoteles que se dedican a recibir a turistas extranjeros.



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

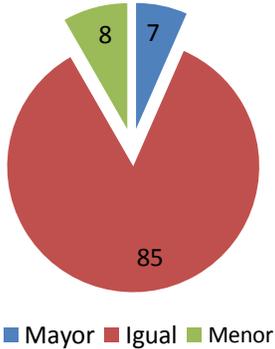
La aseveración anterior se justifica al observar el comportamiento diferenciado de las tarifas de los hoteles que reciben a huéspedes nacionales y extranjeros. En la gráfica siguiente se observa que la mediana de la tarifa de los hoteles que atienden principalmente a extranjeros es más que el doble que la correspondiente de aquellos que atienden principalmente a nacionales.



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Debido a la falta de demanda de servicios hoteleros reflejada en la baja ocupación antes descrita, la mayoría de hoteles no modificó sus tarifas, pese a los costos de la mayoría de insumos observó incrementos el año anterior.

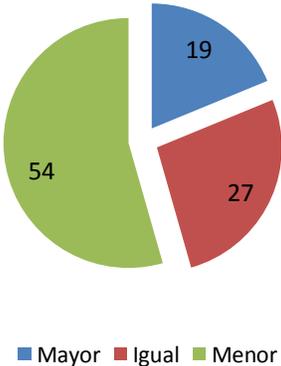
Gráfica 17
Variación interanual de la tarifa



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

La combinación de una baja ocupación y el mantenimiento de tarifas repercutieron en una disminución de ingresos. En este sentido, para el 54% de hoteles observó una disminución de sus ingresos en 2010 respecto de 2009.

Gráfica 18
Variación interanual de los ingresos

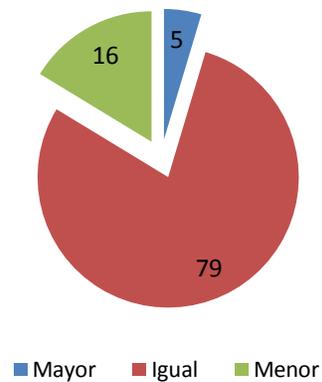


Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Empleo

La disminución de los ingresos de los hoteles ha impedido la generación de empleo en este importante sector económico. En efecto, según los datos de la encuesta el 79% de los hoteles mantuvo sin cambios su nómina, mientras que el 16% lo redujo y solamente un 5% logró generar nuevas plazas.

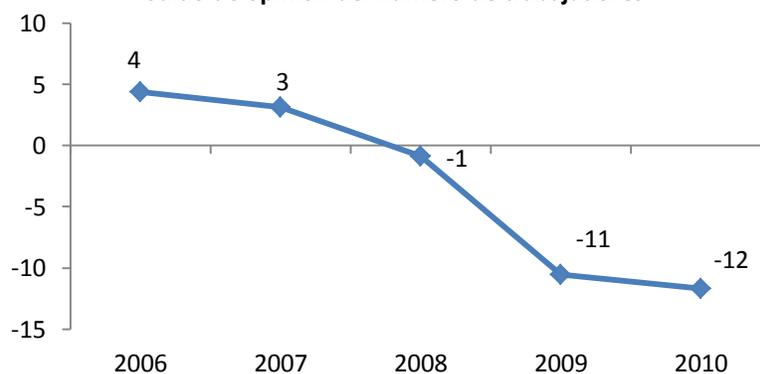
Gráfica 19
Variación interanual del número de trabajadores



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Estos datos implican que el saldo de opinión de la variable empleo se situó en -12%, dato que refuerza la tendencia negativa que este indicador ha mostrado desde 2008.

Gráfica 20
Saldo de opinión del número de trabajadores

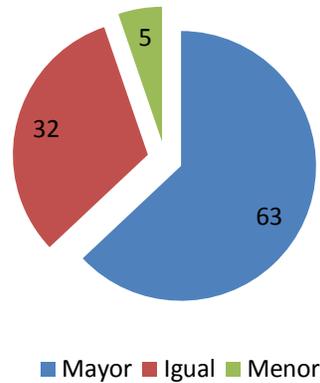


Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Costos

A diferencia del comportamiento de las tarifas, el 63% de los hoteles observó un incremento en sus costos. Dada la discrepancia entre las tendencias de los ingresos y los costos, puede asegurarse que las utilidades del sector se vieron disminuidas en 2010.

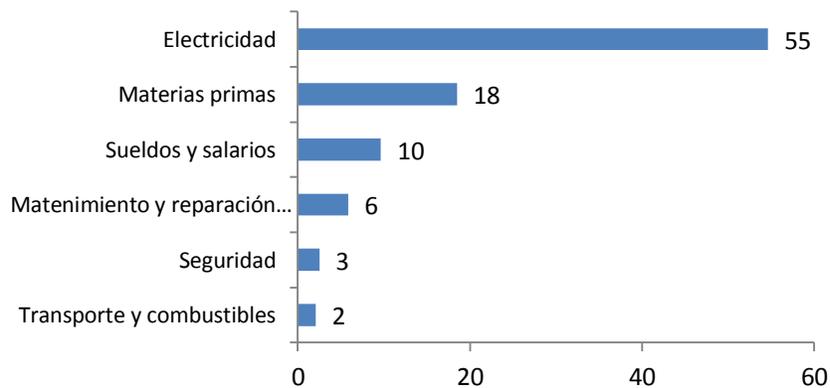
Gráfica 21
Variación interanual de los costos



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Los resultados muestran rubro donde se observó el mayor incremento en los costos fue la electricidad, seguida de las materias primas y los sueldos y salarios.

Gráfica 22
Rubros donde se observó mayor incremento

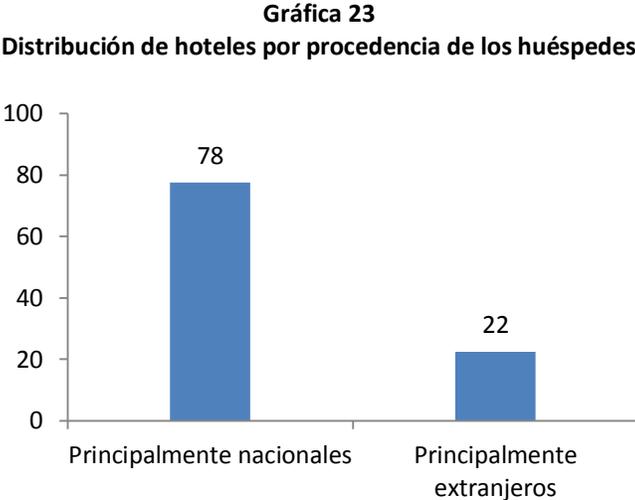


Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Debido al incremento de la inseguridad en el país, los hoteles deben erogar recursos para protegerse de este problema. Los datos muestran que en promedio el gasto en seguridad represente el 4.8% de los costos totales para los hoteles. Este porcentaje es menor al obtenido en la Encuesta Empresarial donde se consultan empresas de diversas actividades económicas.

Perfil del usuario de los hoteles guatemaltecos

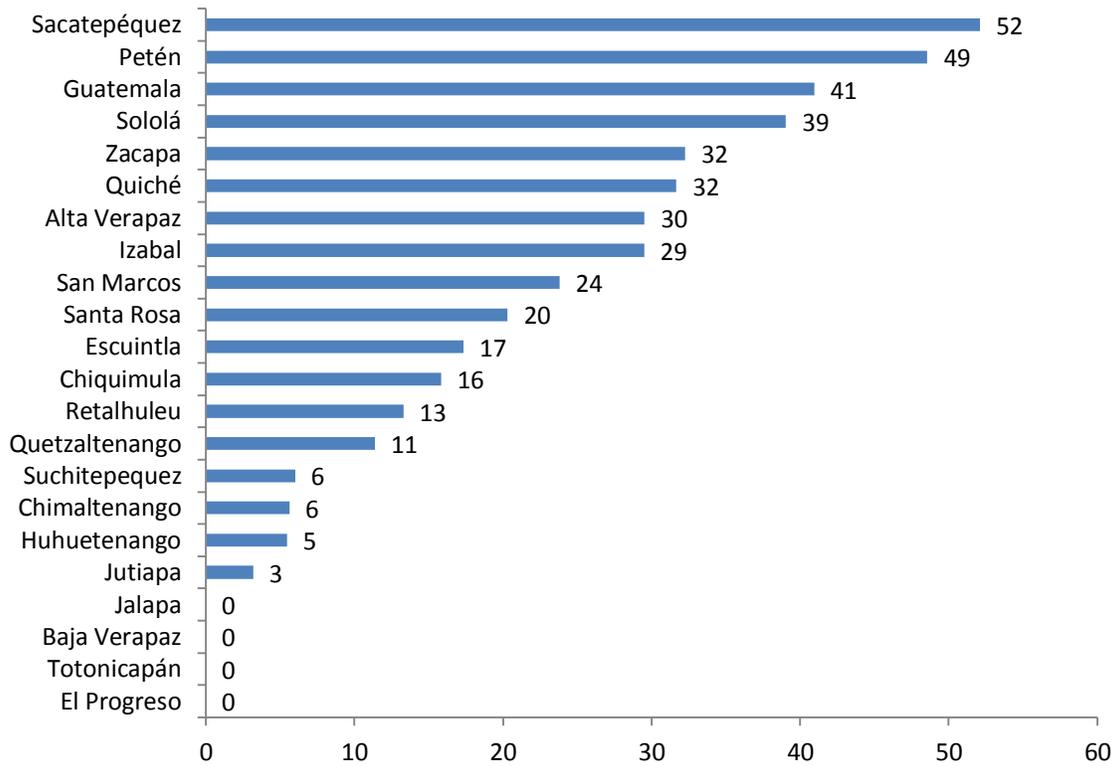
Al igual que en anteriores estudios, la mayoría de hoteles guatemaltecos atienden principalmente a turistas nacionales (78%). Esto pone en evidencia que es una minoría de hoteles la que atiende a turistas extranjeros, que son los que más recursos dejan al país en términos de gasto turístico.



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Los hoteles de Sacatepéquez, Petén, Guatemala y Sololá son los que más turistas extranjeros atienden. Un caso interesante es Chiquimula que es el departamento que más habitaciones posee, pero atiende a muy pocos extranjeros.

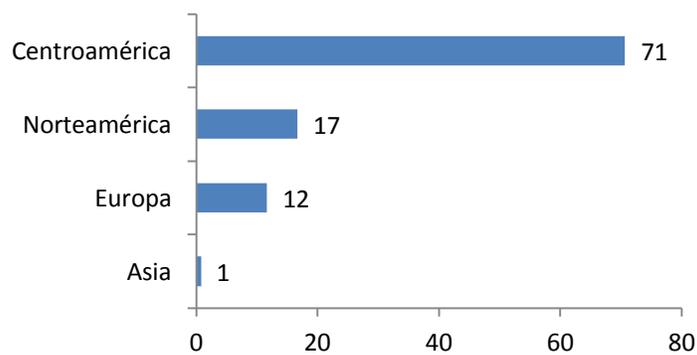
Gráfica 24
Porcentaje de extranjeros por departamento



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

La principal procedencia de los turistas de los hoteles que atienden a turistas extranjeros es Centroamérica, seguida lejanamente de Norteamérica y Europa.

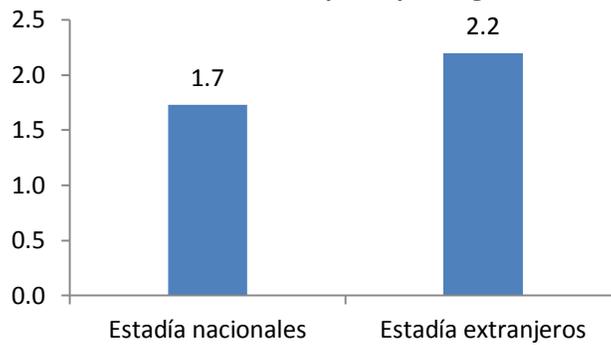
Gráfica 25
Procedencia de los huéspedes



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Por origen, no se encuentra una diferencia significativa en la estadía promedio entre los huéspedes nacionales y extranjeros.

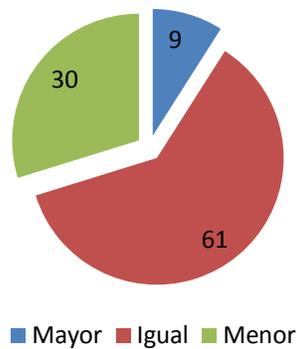
Gráfica 26
Estadía de los huéspedes por origen



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Finalmente, los datos muestran que uno de cada tres hoteles observaron una reducción en la estadía promedio. La conjunción de baja ocupación, mantenimiento de tarifas, incapacidad de generar empleos, aumento de los costos y reducción de la estadía promedio dibuja un escenario bastante pesimista para el sector hotelero en 2010.

Gráfica 27
Variación interanual de la estadía promedio

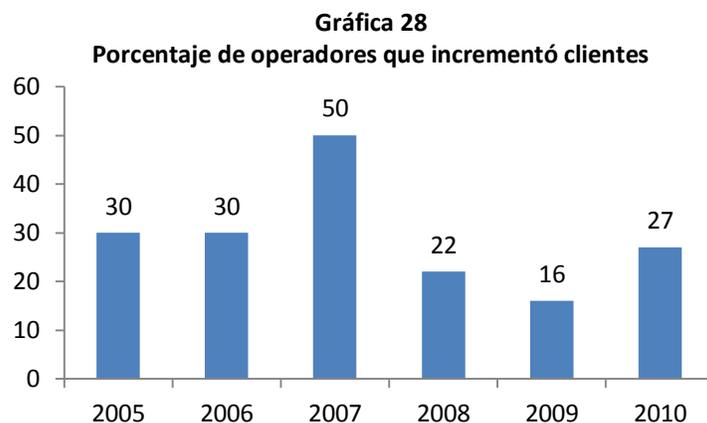


Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

2. Encuesta a operadores de turismo

Número de Clientes

En esta ocasión, el 27% de los operadores de turismo aumentó el número de clientes. Este porcentaje es similar a los resultados de los últimos cinco estudios con excepción de 2007, año inusual debido a que en el país se llevaron a cabo diversos eventos que atrajeron a muchos turistas extranjeros.



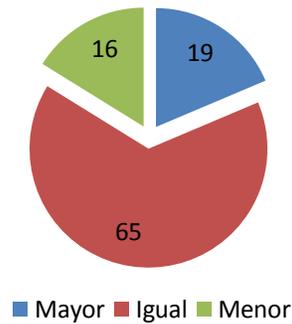
Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Por tanto, podría decirse que 2010 fue un año de crecimiento normal de la oferta de servicios de tour operadores.

Precios e ingresos

La mayoría de operadores de turismo (65%) mantuvo las tarifas de 2009 en 2010. Al igual que en el caso de los hoteles, una posible causa de este comportamiento fue el poco dinamismo de la demanda del servicio.

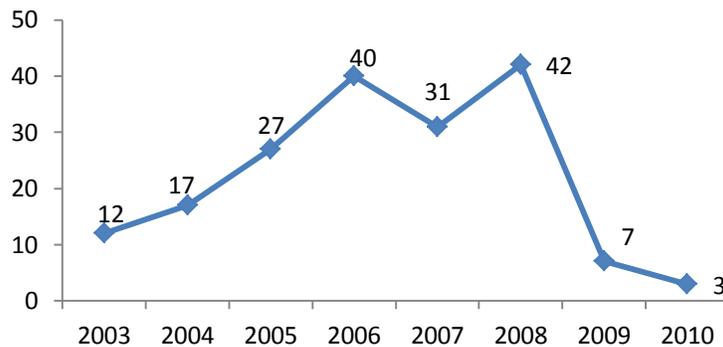
Gráfica 29
Variación interanual del precio de los servicios



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Al observar la tendencia del saldo de opinión del precio del servicio, se observa que desde 2009 la tendencia ha sido negativa, la cual se consolidó en el presente año. El comportamiento de los precios muestra no solo la poca demanda por los servicios turísticos sino que también un incremento en la competencia del mercado.

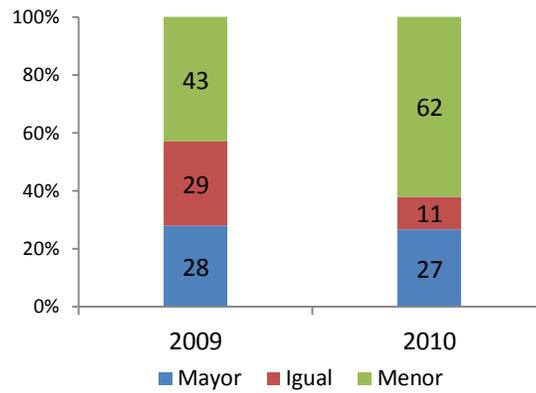
Gráfica 30
Saldo de opinión del precio de los servicios



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

El mantenimiento de las tarifas y la poca demanda por los servicios ha repercutido en que el porcentaje de empresas que observaron disminución en sus ingresos haya aumentado del 43% en el estudio del 2009 al 62% en el del 2010.

Gráfica 31
Variación interanual de los ingresos

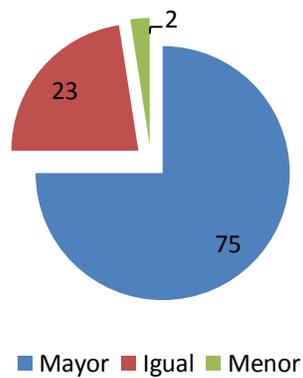


Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Costos

Tres de cada cuatro operadores observaron aumentos en sus costos. Debido al incremento de operadores que disminuyeron en sus ingresos, este porcentaje de empresas con aumento en costos implica una reducción de las utilidades del sector.

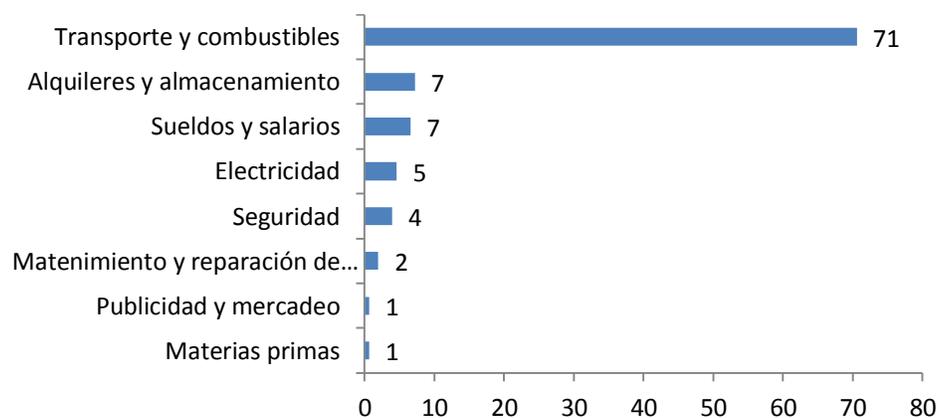
Gráfica 32
Variación de los costos



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Según el 71% de los operadores consultados, el rubro que observó mayor incremento fue el de transporte y combustibles; otros como alquileres, sueldos, electricidad y seguridad son menos relevantes.

Gráfica 33
En el año 2010, ¿en qué división del gasto experimentó la variación más significativa?



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Empleo

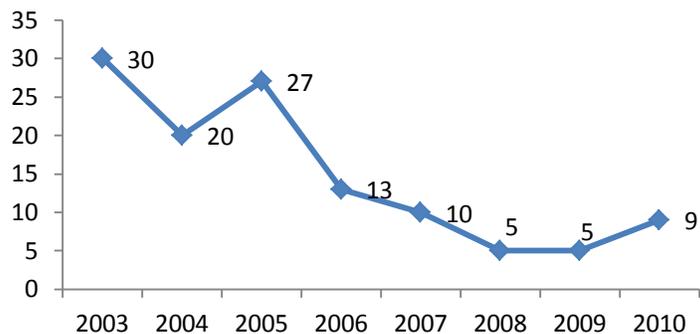
Los datos de la encuesta muestran que la mayoría de operadores de turismos con empresas pequeñas. En promedio, un operador típico tiene solamente 6 empleados fijos y emplea a 2 en forma temporal.

Número de empleados **Promedios eliminando casos extremos**

En promedio, ¿cuántos empleados temporales tuvo la empresa en 2010?	2
En promedio, ¿cuántos empleados fijos tuvo la empresa en 2010?	6

En esta ocasión, 9% de los operadores de turismo logró ampliar su fuerza laboral. Este porcentaje supone una mejora respecto de los dos anteriores donde solamente un 5% de empresas incrementó trabajadores.

Gráfica 34
Porcentaje de operadores que incrementaron trabajadores



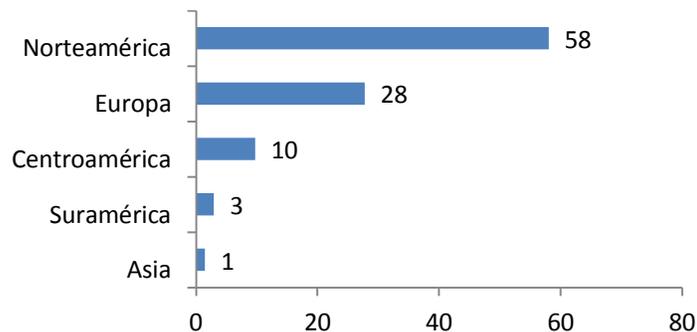
Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Sin embargo, al observar la tendencia de largo plazo del porcentaje de empresas que incrementaron trabajadores se observa que desde 2006 este dato no ha logrado alcanzar los niveles de 2003, por lo que el periodo 2006-2010 fue un quinquenio perdido en materia de generación de empleos.

Perfil del turista atendido por los operadores de turismo

Las dos principales regiones de procedencia de los turistas atendidos por los operadores de turismo son Norteamérica y Europa, mientras que Centroamérica ocupa el tercer lugar.

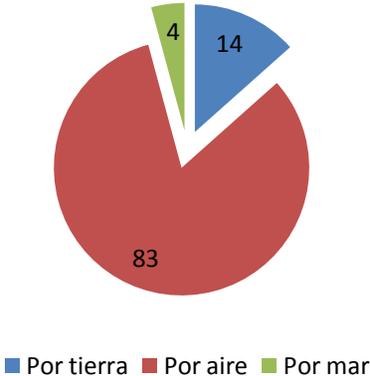
Gráfica 35
¿Cuál es la principal región de procedencia de sus huéspedes?



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Es interesante notar que los turistas centroamericanos no son los turistas que más utilizan los servicios de los operadores de turista, pese a ser el grupo que más visita a los hoteles del país. Finalmente, la mayoría de turistas atendidos por los operadores ingresan por vía aérea debido a su procedencia norteamericana o europea.

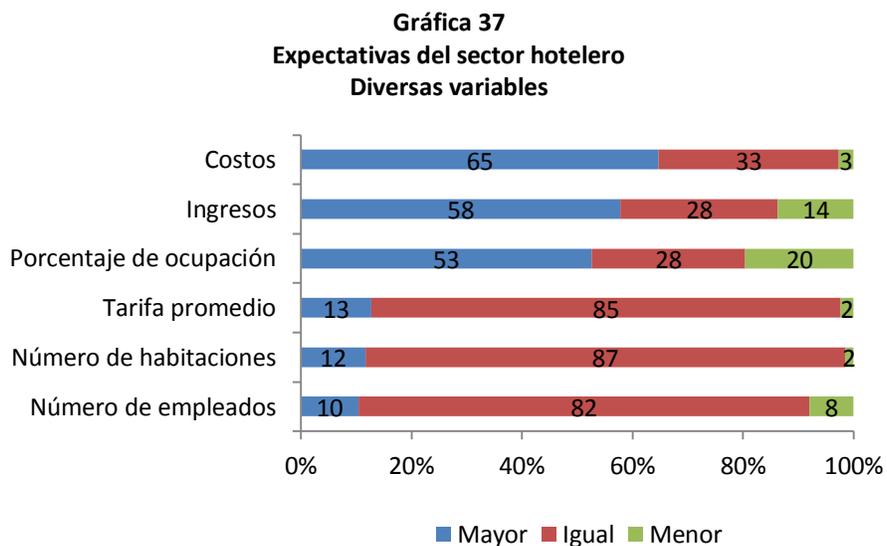
Gráfica 36
Medio de transporte utilizado por los turistas para llegar a Guatemala



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

3. Expectativas para 2011

Los hoteles tienen una alta perspectiva de incremento de costos para lo que resta del 2011. Estas expectativas se basan en el comportamiento del precio de los combustibles y los alimentos que desde inicio del año han tenido una tendencia al alza.

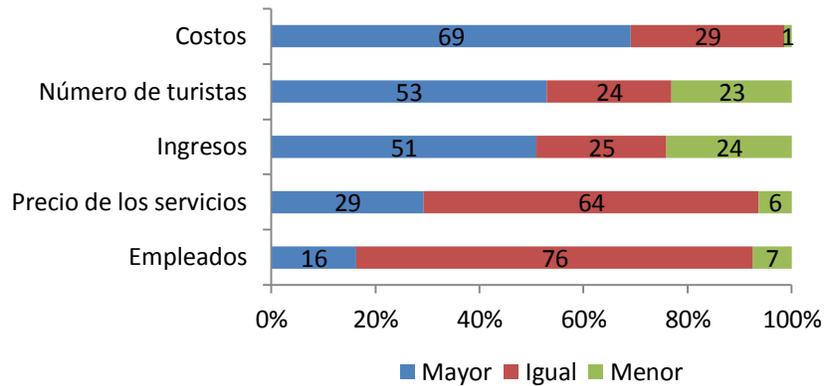


Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

También poseen expectativas positivas para los ingresos y el porcentaje de ocupación media toda vez que más de la mitad de hoteles considera que estos rubros mostrarán crecimiento en lo que resta de 2011. Las expectativas de incremento de número de habitaciones y empleados son bastante más modestas.

En cuanto a las perspectivas de los operadores de turismo resalta el hecho que el 69% de ellos considera que los costos se incrementarán en 2011. Lo anterior pone de manifiesto que tanto para hoteles como para tour operadores el tema del incremento de los costos es una preocupación importante.

Gráfica 38
Expectativas del sector de operadores
Diversas variables



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Al igual que en el caso de los hoteles, un poco más de la mitad de los operadores considera que incrementará el número de turistas y los ingresos en 2011, mientras que solamente un 16% opina que aumentará su nómina.

4. Temas adicionales

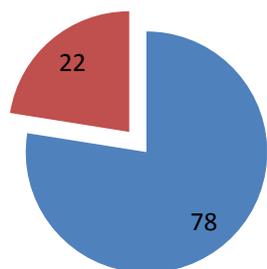
En octubre de 2010 el Congreso de la República aprobó el decreto 42-2010, Ley que Promueve el Turismo Interno, en la cual se estipula en su artículo dos lo siguiente: *“con el objeto de promover el turismo nacional, cuando el día de asueto recaiga en día martes se gozará el día lunes anterior; si recae en día miércoles o jueves, se gozará el día viernes inmediato; si el mismo recayese en día sábado o domingo, no se modificará.*

Se exceptúan de la aplicación de la presente Ley los días: uno de enero, el jueves, viernes y sábado santos; el uno de mayo; el quince de septiembre; el veinte de octubre; el uno de noviembre; medio día del veinticuatro de diciembre; el veinticinco de diciembre; medio día del treinta y uno de diciembre y el día de la festividad de la localidad”

Debido a las excepciones contenidas en la ley, solamente el asueto del treinta de junio podrá movilizarse. Por ello los sectores que promovieron esta ley expresaron su descontento con la versión de ley aprobada. En este sentido, la actual encuesta consultó a los hoteles y operadores de turismo sobre su conocimiento de esta normativa y su percepción acerca de su impacto en su actividad económica.

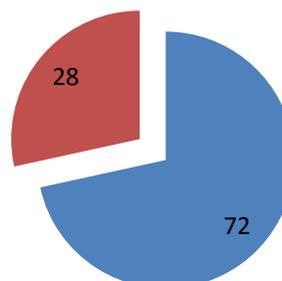
Los resultados muestran que la mayoría de empresarios del sector desconocen esta normativa observándose un desconocimiento mayor en los hoteleros.

Gráfica 39
¿Conoce usted la ley de feriados móviles que promovió el Congreso de la República?
Hoteles



■ No ■ Sí

Gráfica 40
¿Conoce usted la ley de feriados móviles que promovió el Congreso de la República?
Operadores de turismo

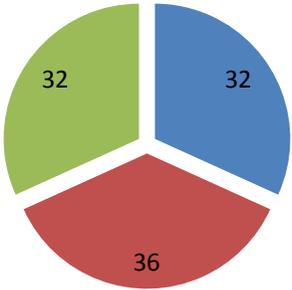


■ No ■ Sí

Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

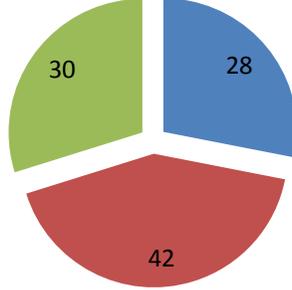
Los pocos empresarios que conocen la normativa tienen opiniones dispersas sobre el grado en que la misma impulsará el turismo interno, por lo que puede decirse que las empresas del sector no tienen una idea clara sobre el impacto de esta ley.

Gráfica 41
¿En qué grado cree que impulsará el turismo interno?
Hoteles



■ Mucho ■ Algo ■ Nada

Gráfica 42
¿En qué grado cree que impulsará el turismo interno?
Operadores de turismo

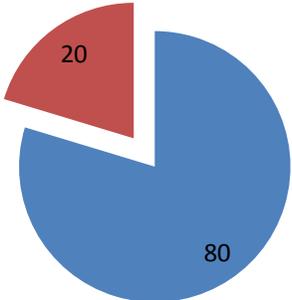


■ Mucho ■ Algo ■ Nada

Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

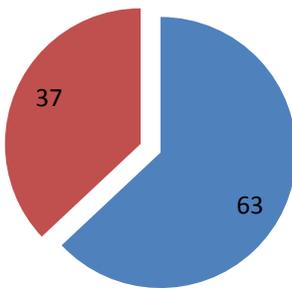
Otro de los temas evaluados fue el grado en el que las empresas del sector acuden al INGUAT para resolver cuestiones administrativas. Los resultados muestran que son pocas las empresas que solicitan ayuda o cooperación al INGUAT y que los operadores de turismo tienen a solicitar un poco más de apoyo a la entidad de gobierno encargada de regular y promover el turismo en el país.

Gráfica 43
En los últimos doce meses, ¿alguna vez ha pedido ayuda o cooperación al INGUAT?
Hoteles



■ No ■ Sí

Gráfica 44
En los últimos doce meses, ¿alguna vez ha pedido ayuda o cooperación al INGUAT?
Operadores de turismo

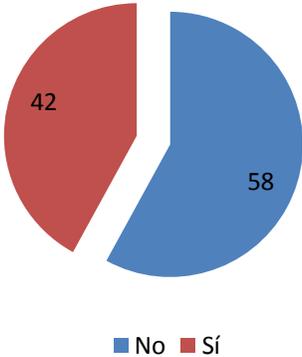


■ No ■ Sí

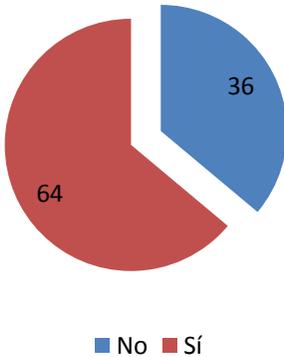
Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

También se evaluó el conocimiento y percepción de las empresas del sector acerca de la información estadística publicada por el INGUAT. La encuesta muestra que el 42% de los hoteles consulta la información estadística del INGUAT, dato inferior al 64% de los operadores de turismo.

Gráfica 45
¿Consulta la información turística publicada por el INGUAT?
Hoteles



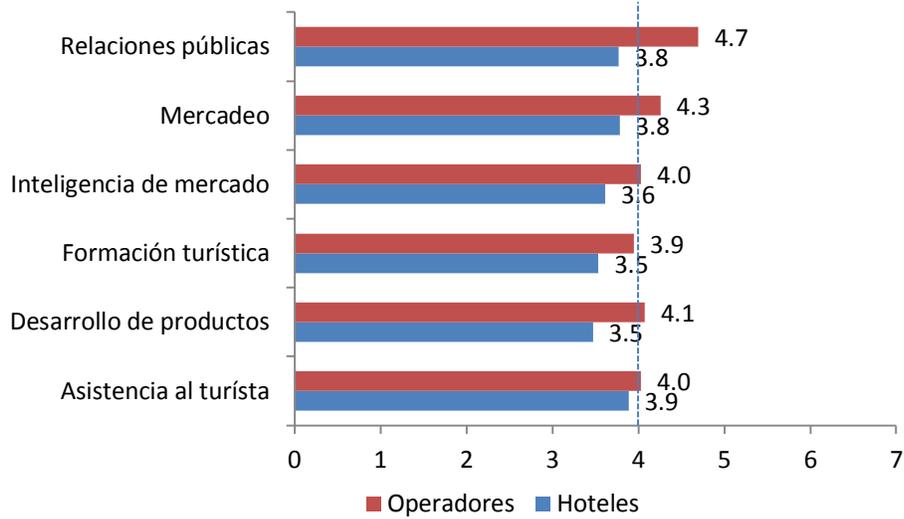
Gráfica 46
¿Consulta la información turística publicada por el INGUAT?
Operadores de turismo



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Además de la información estadística, se pidió a los empresarios del sector que evaluaran al INGUAT sobre una serie de aspectos como las relaciones públicas, el mercadeo e inteligencia de mercados. Los datos muestran que los hoteles califican peor al INGUAT que los operadores y que las notas son en general bajas. Con la excepción de las relaciones públicas y el mercadeo para el caso de los operadores, todos los rubros tienen calificaciones que están por debajo del punto medio. Los aspectos con notas más bajas son el desarrollo de productos para los hoteles y la formación turística para los operadores de turismo.

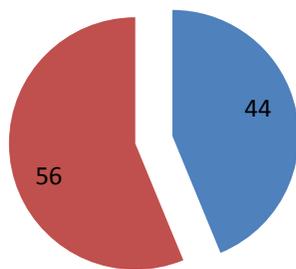
Gráfica 47
Calificación al INGUAT
Diversas variables



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

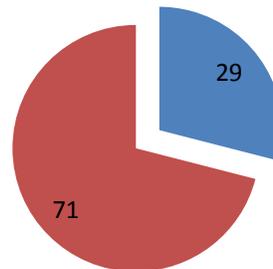
Dado que este año se celebrarán elecciones para presidente, diputados y alcaldes, se consultó a los empresarios del sector turístico acerca del efecto que este evento tendrá en sus operaciones. La mayoría de hoteles y operadores de turismo consideran que este hecho afectará sus operaciones; en particular, el 56% de los hoteles opinó que las elecciones impactarán a sus actividades y el 71% de los operadores se expresó en el mismo sentido.

Gráfica 48
¿Considera que el proceso electoral tendrá algún impacto en su actividad productiva?
Hoteles



■ No ■ Sí

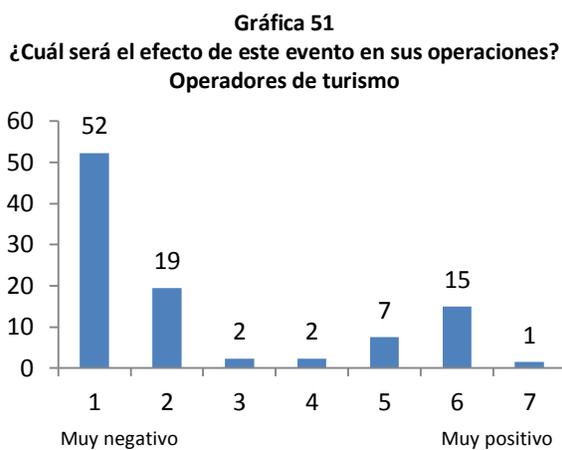
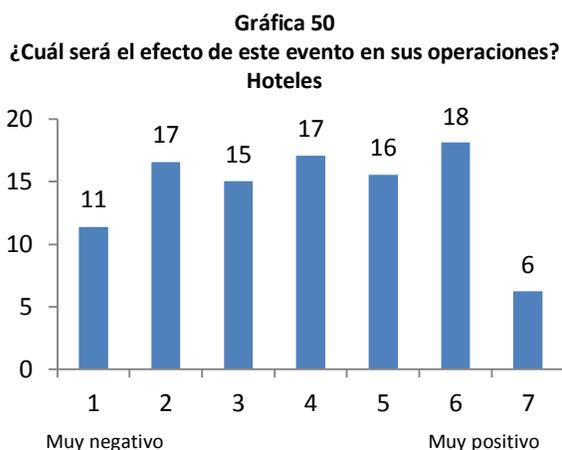
Gráfica 49
¿Considera que el proceso electoral tendrá algún impacto en su actividad productiva?
Operadores de turismo



■ No ■ Sí

Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

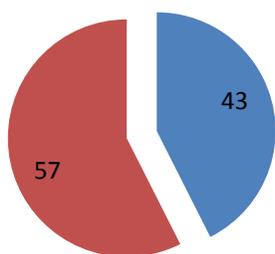
Al preguntar si el efecto del año electoral será positivo o negativo se encontraron opiniones distintas entre operadores y hoteles. Por un lado, la mayoría de operadores considera que las elecciones serán muy negativas para su actividad, mientras que los hoteles respondieron en forma dispersa, lo que impide establecer una tendencia del subsector sobre este aspecto.



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

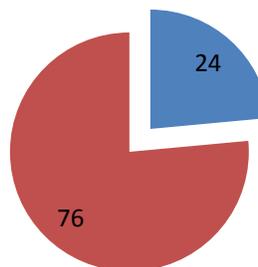
Otro aspecto evaluado en la presente encuesta fueron las alertas que algunos países realizaron a sus ciudadanos para que no visitaran Guatemala. Por supuesto este tipo de acciones dañan la imagen del país y por lo tanto a la actividad turística. Al preguntar a las empresas del sector se constató que la mayoría conocen estas alertas, observándose mayor conocimiento en los operadores de turismo.

Gráfica 52
¿Ha oído de algún país que haya emitido una alerta para no visitar el país?
Hoteles



■ No ■ Sí

Gráfica 53
¿Ha oído de algún país que haya emitido una alerta para no visitar el país?
Operadores de turismo

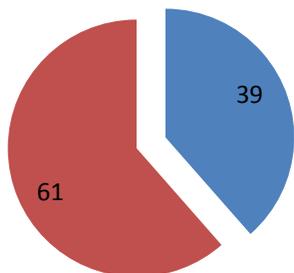


■ No ■ Sí

Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

De los hoteles que conocen de estas alertas, el 61% considera que su efecto en su actividad es alto, mientras que el dicho porcentaje es del 88% para el caso de los operadores de turismo, datos que ponen de manifiesto el impacto negativo de las alertas a la actividad turística nacional.

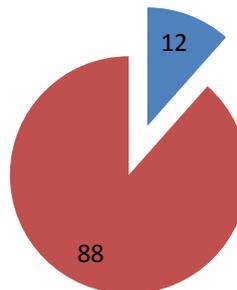
Gráfica 54
¿Alguna de estas alertas ha afectado considerablemente su actividad empresarial?
Hoteles



■ No ■ Sí

Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

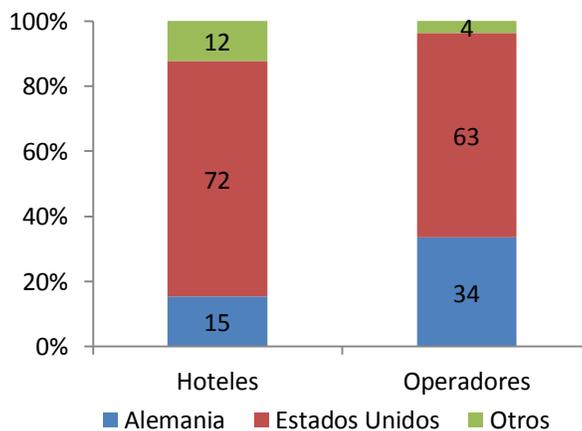
Gráfica 55
¿Alguna de estas alertas ha afectado considerablemente su actividad empresarial?
Operadores de turismo



■ No ■ Sí

Respecto de los países que han emitido alertas, las empresas del sector conocen principalmente las alertas emitidas por Estados Unidos y Alemania.

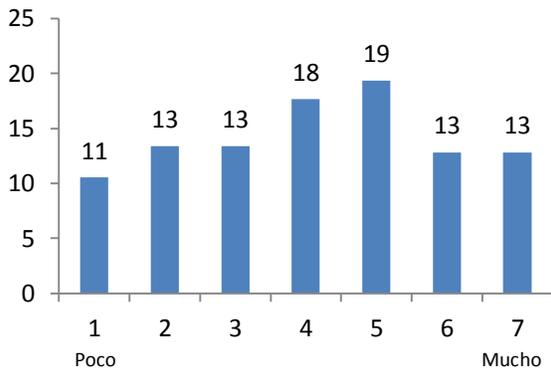
Gráfica 56
¿Qué países han emitido las alertas?



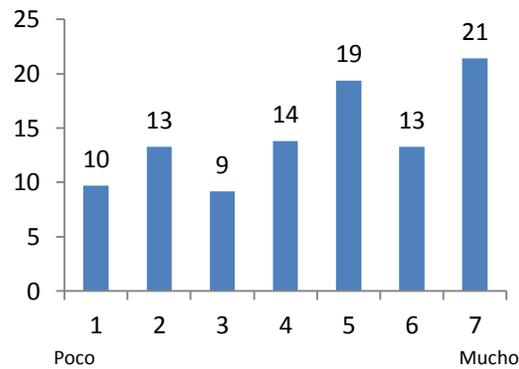
Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Finalmente, se consultó la opinión de las empresas del sector sobre su percepción acerca del rol que juegan los medios de comunicación para primer el turismo. Los resultan muestran que en general son más las opiniones que consideran que los medios apoyan al turismo que aquellas que consideran que lo perjudican. Los operadores de turismo tienen una mejor opinión sobre los medios de comunicación que los hoteles, ya que el 53% de ellos considero que los medios favorecen al turismo, mientras que este porcentaje es del 45% para los hoteles.

Gráfica 57
¿En qué medida cree que los medios de comunicación nacionales impulsan el turismo?
Hoteles



Gráfica 58
¿En qué medida cree que los medios de comunicación nacionales impulsan el turismo?
Operadores de turismo



Fuente: elaboración propia con base en datos de encuesta

Conclusiones

1. La ocupación media ha rondado el 50% en los estudios de 2006 a 2010. Estos datos ponen en evidencia que en el último lustro una de cada dos habitaciones hoteleras ha permanecido desocupada.
2. En el presente estudio se obtuvo el mayor porcentaje de hoteles que observó una disminución en el porcentaje de ocupación, situación que muestra que posiblemente 2010 fue el peor año para el sector hotelero nacional del último lustro.
3. Los datos recopilados muestran que la ocupación media de los hoteles fue baja independientemente del tamaño del hotel, la tarifa y perfil del huésped.
4. Respecto a los precios, se tiene que la mediana de la tarifa de los hoteles que atienden principalmente a extranjeros es más que el doble que la correspondiente de aquellos que atienden principalmente a nacionales.
5. Por su parte, debido a la falta de demanda de servicios hoteleros, la mayoría de hoteles no modificó sus tarifas lo que también repercutió en una disminución de ingresos.
6. En cuanto al empleo, los datos del presente estudio reforzaron la tendencia negativa que esta variable ha mostrado desde 2008.
7. Los costos aumentaron para la gran mayoría de los hoteles, observándose el mayor incremento en la electricidad y materias primas. Al igual que en anteriores estudios, la mayoría de hoteles guatemaltecos atienden principalmente a turistas nacionales (78%). Esto pone en evidencia que es una minoría de hoteles la que atiende a turistas extranjeros, que son los que más recursos dejan al país en términos de gasto turístico.
8. En cuanto a los operadores de turismo, se observó un leve incremento de la demanda por paquetes el cual no fue lo suficiente dinámico para que los operadores incrementaran precios.
9. Al igual que los hoteles, tres de cada cuatro operadores de turismo observó aumentos en sus costos. El rubro de mayor incremento para este subsector fueron los combustibles.
10. Al observar la tendencia de largo plazo del porcentaje de operadores que incrementaron trabajadores se observa que desde 2006 este dato ha tendido a la baja, por lo que esta actividad no logrado ser un eje de generación de empleos para el país.
11. Respecto de las expectativas, tanto los hoteles como los operadores tienen una alta perspectiva de incremento de costos para lo que resta del 2011. Estas expectativas se

basan en el comportamiento del precio de los combustibles y los alimentos que desde inicio del año han tenido una tendencia al alza.

12. Los datos muestran que la mayoría de empresas del sector desconocen la Ley que Promueve el Turismo Interno y las que la conocen tienen opiniones dispersas respecto a su efecto en sus actividades.
13. Por otra parte, buena parte de los hoteles y operadores conocen la información estadística publicada por el INGUAT.
14. En general los hoteles y operadores califican mal al INGUAT en materia de inteligencia de mercados, formación turística, desarrollo de productos y asistencia al turista.
15. La mayoría de empresas del sector consideran que las elecciones impactarán en sus actividades. Los operadores de turismo opinan que el impacto será negativo mientras que los hoteles no muestran una opinión definida sobre este tema.
16. Tanto operadores como hoteles opinan que las alertas han perjudicado a la industria turística nacional. Sobre este tema, los operadores de turismo muestran mayor preocupación que los hoteleros.