



**OBSERVATORIO UNIVERSITARIO DE
TURISMO SOSTENIBLE Y
CAMBIO CLIMÁTICO**

BOLETÍN ESPECIAL

**CENSO Y MAPEO DE AGENCIAS DE VIAJES DEL
DESTINO LA CEIBA 2018-2019
Febrero 2020 | Vol. 1**



UNAH-CURLA
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO
DEL LITORAL ATLÁNTICO

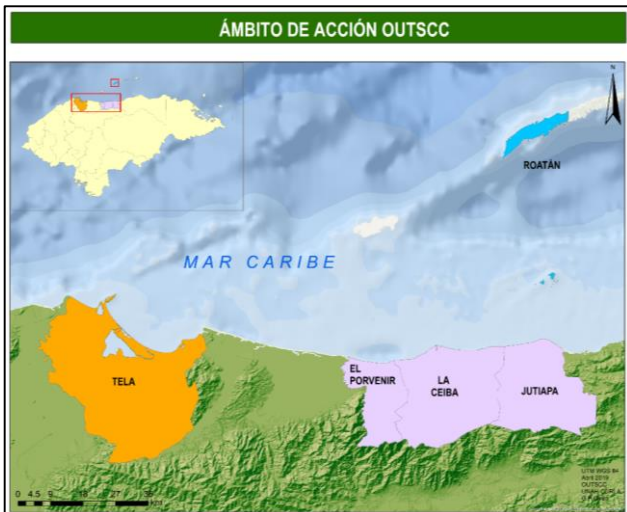
BOLETÍN ESPECIAL

CENSO Y MAPEO DE AGENCIAS DE VIAJES DEL DESTINO LA CEIBA 2018-2019

Febrero 2020 | Vol. 1

PRESENTACIÓN

El Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC), aprobado por el Consejo Universitario el 6 de mayo de 2016 bajo ACUERDO N°. CU-E-038-05-2016, es un centro especializado que genera, sistematiza y divulga información pertinente y relevante para contribuir al crecimiento sustentable del sector turístico en Honduras. Esta entidad está orientada a respaldar, fundamentar y gestionar la investigación científica en la UNAH y aportar al conocimiento riguroso del tema para el país. Su ámbito de acción inicial es el Litoral Atlántico, priorizando los destinos turísticos de Tela, La Ceiba y Roatán.



El OUTSCC presenta el segundo Boletín Especial con el propósito de dar a conocer los resultados obtenidos en el “Censo y Mapeo de Agencias de Viajes del Destino La Ceiba, año 2018-2019”. El levantamiento de la información fue ejecutado por el equipo técnico del Observatorio en un período de 10 meses, de agosto de 2018 a junio de 2019. El proceso fue autorizado por los empresarios de las agencias de viajes, quienes proporcionaron información básica para completar las fichas. La validación de los resultados fue realizada con los empresarios en el mes de diciembre de 2019.

Este boletín se elabora con el objetivo de socializar información de importancia para la toma de decisiones y el desarrollo de proyectos de investigación que aporten a la sostenibilidad y crecimiento del sector turístico en el Destino La Ceiba.



CONTENIDO

PÁG.

02

✓ GENERALIDADES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.

03

✓ SERVICIOS QUE OFRECEN LAS AGENCIAS DE VIAJES.

04

✓ INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LA WEB.

05

✓ DESTINOS QUE OFRECEN LAS AGENCIAS DE VIAJES.

06

✓ EXPERIENCIAS Y RECORRIDOS TURÍSTICOS QUE OFRECEN LAS AGENCIAS DE VIAJES.

07

✓ TOURS MÁS VENDIDOS POR LAS AGENCIAS DE VIAJES.

09

✓ CAPACIDAD DE GUIANZA TURÍSTICA EN EL DESTINO LA CEIBA.

07

✓ CALIDAD Y COMPETITIVIDAD.

14

✓ DEFINICIONES.

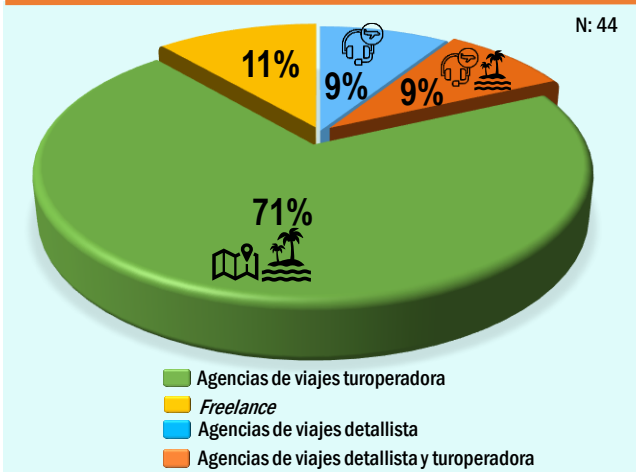


RESULTADOS

CENSO Y MAPEO DE AGENCIAS DE VIAJES DEL DESTINO LA CEIBA 2018-2019

GENERALIDADES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

GRÁFICO N° 1. TIPO DE AGENCIAS DE VIAJES DEL DESTINO LA CEIBA

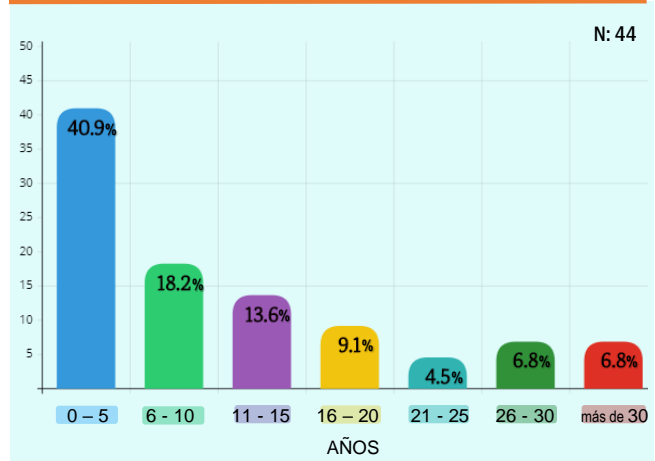


Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

En el Destino La Ceiba se censaron 44 agencias de viajes, éstas se clasifican en cuatro tipos, según los servicios que ofrecen al turista:

1. 71% (31) son agencias de viajes turoperadora.
2. 11% (5) son de tipo *freelance*.
3. 9% (4) son agencias de viajes detallista.
4. 9% (4) son agencias de viajes detallista y turoperadora.

GRÁFICO N° 2. RANGO DE AÑOS DE OPERACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES DEL DESTINO LA CEIBA

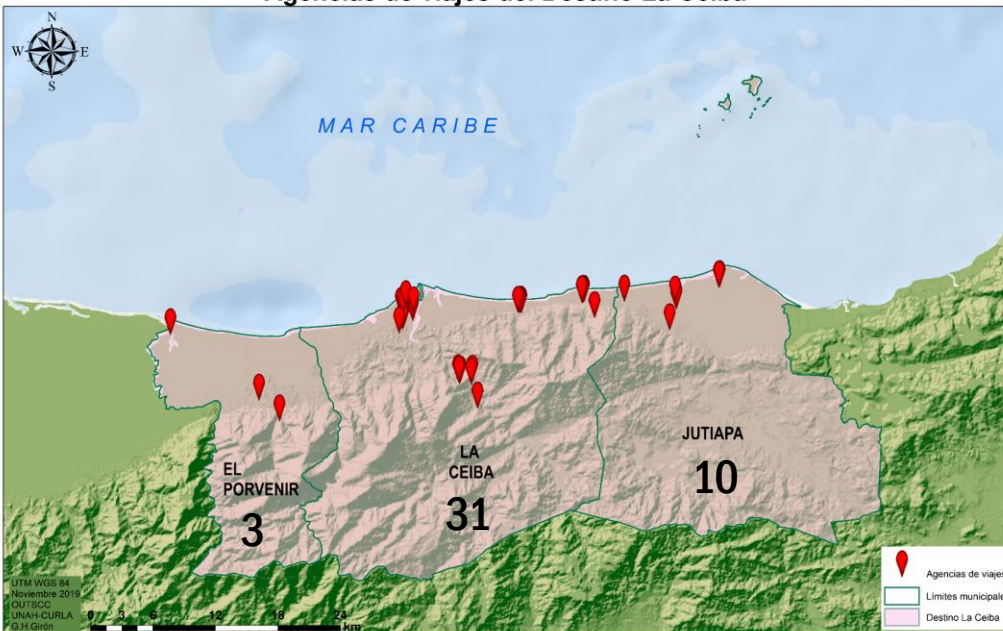


Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

Según el censo, los años de operación de las agencias de viajes proporcionaron los siguientes resultados: el 40.9% (18) tiene entre cero y cinco años de estar operando, un 18.2% (8) tiene entre seis y diez años, 13.6% (6) tiene entre 11 y 15 años de operación, el 9.1% (4) tiene entre 16 y 20 años, un 4.5% (2) tiene entre 21 y 25 años, el 6.8% (3) tiene entre 26 y 30 años y el 6.8% (3) tiene más de treinta años de operación.

MAPA UBICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DEL DESTINO LA CEIBA

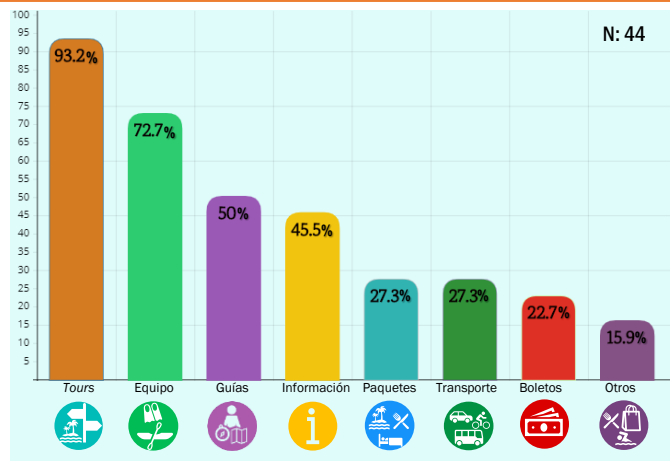
Agencias de viajes del Destino La Ceiba



Para efectos estadísticos el OUTSCC define el Destino La Ceiba como una unidad geográfica integrada por los municipios de La Ceiba, El Porvenir y Jutiapa, incluyendo sus principales atractivos, servicios y demás elementos representativos que generan un flujo de visitantes. Por lo anterior, los establecimientos ubicados en los municipios de El Porvenir y Jutiapa se incluyeron en el censo de La Ceiba, ya que representan un flujo importante de turistas.

La georreferenciación de las agencias de viajes en el Destino La Ceiba muestra que de las 44, según su localización, 31 (70.5%) operan en el municipio de La Ceiba, 10 (22.7%) operan en el municipio de Jutiapa y 3 (6.8%) en el municipio de El Porvenir.

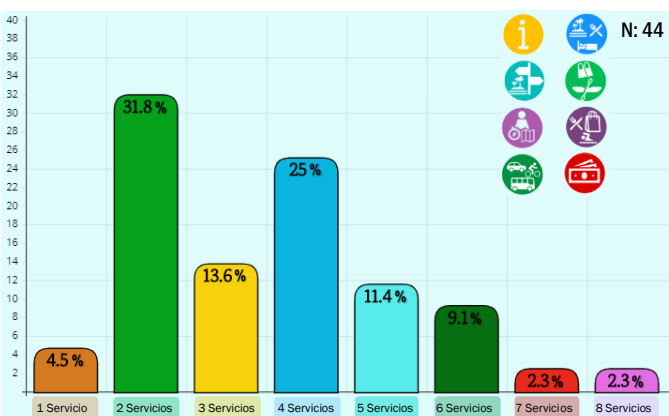
GRÁFICO N°3. SERVICIOS QUE OFRECEN LAS AGENCIAS DE VIAJES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

Los resultados del censo muestran que los servicios ofrecidos por las agencias de viajes son: 93.2% (41) oferta recorridos turísticos, un 72.7% (32) proporciona equipo propio para el desarrollo de las actividades turísticas, un 50% (22) servicio de contratación de guías turísticos, el 45.5% (20) ofrece información turística y servicios complementarios, el 27.3% (12) ofrece venta de servicios organizados, un 27.3% (12) proporciona servicio de alquiler de transporte, el 22.7% (10) cuenta con venta de servicios sueltos y un 15.9% (7) ofrece otros servicios como hospedaje, alimentación, aguas termales y venta de artesanía.

GRÁFICO N°4. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL NÚMERO DE SERVICIOS QUE OFRECEN LAS AGENCIAS DE VIAJES

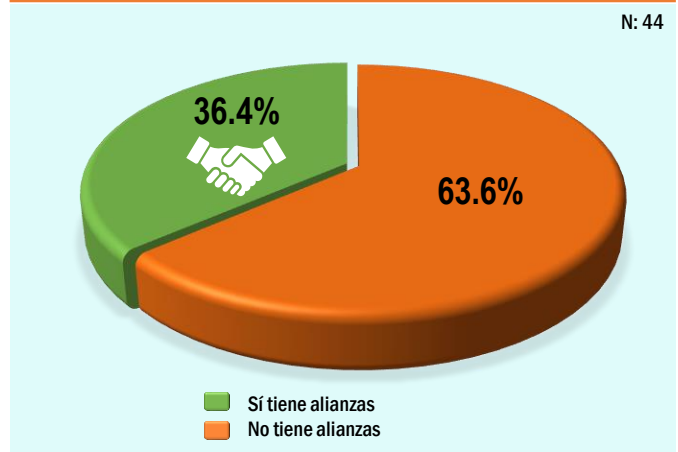


Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

Distribución según la cantidad de servicios que ofrecen las agencias de viajes:

- ✓ 4.5% (2) ofrece 1 servicio
- ✓ 31.8% (14) ofrece 2 servicios
- ✓ 13.6% (6) ofrece 3 servicios
- ✓ 25% (11) ofrece 4 servicios
- ✓ 11.4% (5) ofrece 5 servicios
- ✓ 9.1% (4) ofrece 6 servicios
- ✓ 2.3% (1) ofrece 7 servicios
- ✓ 2.3% (1) ofrece 8 servicios

GRÁFICO N°5. ALIANZAS CON AEROLÍNEAS U OTRAS AGENCIAS DE VIAJES

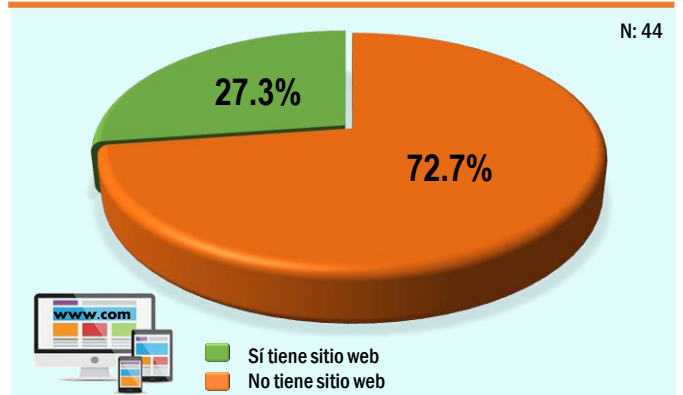


Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

Los resultados del censo muestran que el 36.4% (16) de las agencias de viajes del Destino La Ceiba sí tiene alianzas con aerolíneas u otras agencias de viajes, pero el 63.6% (28) no tiene alianzas.

INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LA WEB

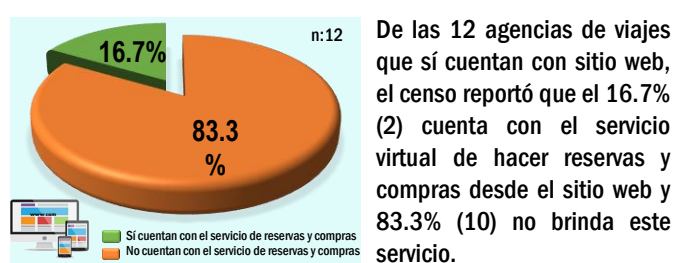
GRÁFICO N°6. PORCENTAJE DE AGENCIAS DE VIAJES QUE TIENE SITIO WEB



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

Los resultados del censo muestran que el 27.3% (12) de las agencias de viajes del Destino La Ceiba sí tiene sitio web, pero el 72.7% (32) no tiene sitio web.

GRÁFICO N°7. AGENCIAS DE VIAJES QUE CUENTAN CON SERVICIO VIRTUAL PARA HACER RESERVAS Y COMPRAS DESDE EL SITIO WEB



Fuente: Agencias de viajes / OUTSCC.

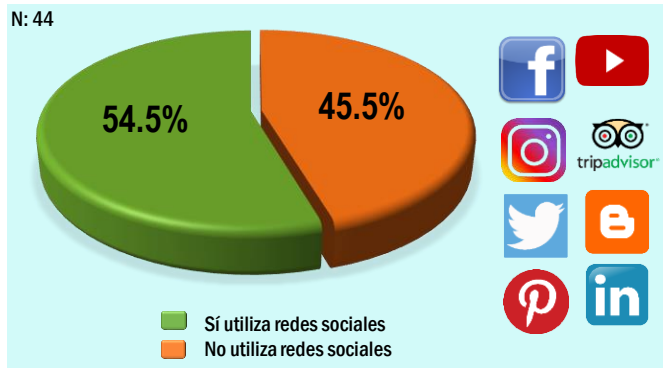
De las 12 agencias de viajes que sí cuentan con sitio web, el censo reportó que el 16.7% (2) cuenta con el servicio virtual de hacer reservas y compras desde el sitio web y 83.3% (10) no brinda este servicio.

RESULTADOS

CENSO Y MAPEO DE AGENCIAS DE VIAJES DEL DESTINO LA CEIBA 2018-2019

INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LA WEB

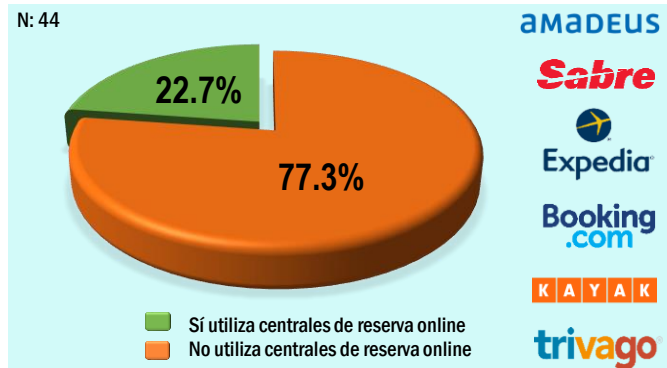
GRÁFICO N° 8. USO DE REDES SOCIALES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

En el Destino La Ceiba el 54.5% (24) de las agencias de viajes utiliza al menos una red social y el 45.5% (20) no hace uso de las redes sociales.

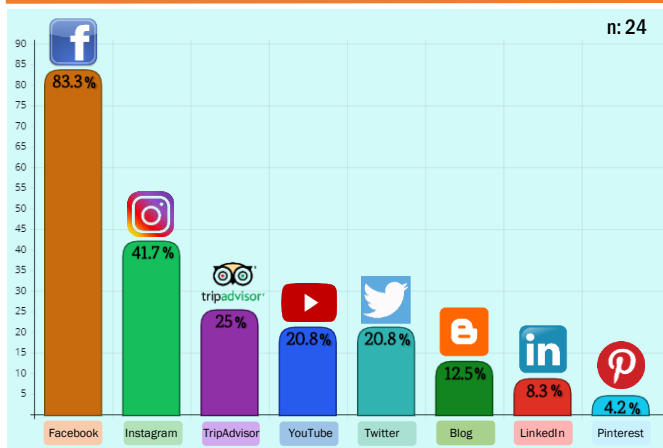
GRÁFICO N° 10. USO DE CENTRALES DE RESERVA ONLINE



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

El 22.7% (10) de las agencias de viajes utiliza al menos una central de reserva *online*, pero el 77.3% (34) no hace uso de estas plataformas.

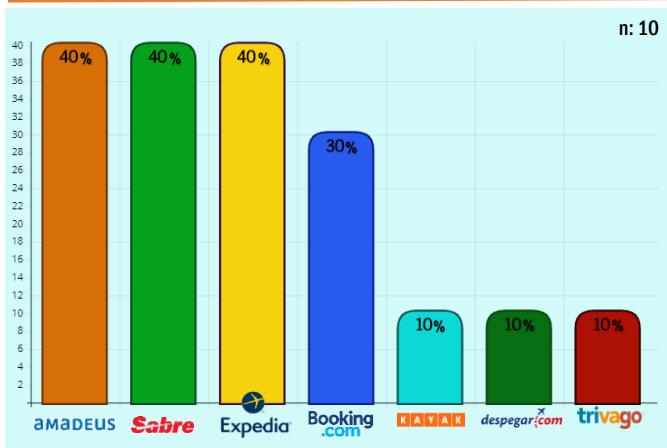
GRÁFICO N° 9. TIPOS DE REDES SOCIALES QUE UTILIZAN LAS AGENCIAS DE VIAJES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

Basados en las 24 agencias de viajes que sí utilizan redes sociales, se destacan las siguientes como las más utilizadas: Facebook con un 83.3% (20) e Instagram con un 41.7% (10), en menor porcentaje TripAdvisor con un 25% (6), Twitter con un 20.8% (5), el uso de los canales de YouTube con 20.8% (5), un 12.5% (3) utiliza Blogs, el 8.3% (2) usa LinkedIn y un 4.2% (1) usa Pinterest.

GRÁFICO N° 11. TIPOS DE CENTRALES DE RESERVA ONLINE QUE UTILIZAN LAS AGENCIAS DE VIAJES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

El censo reportó que de las 10 agencias de viajes que sí utilizan centrales de reserva *online*, el 40% (4) utiliza Amadeus, el 40% (4) hace uso de Sabre, el 40% (4) utiliza Expedia, un 30% (3) utiliza Booking, un 10% (1) utiliza Kayak, un 10% (1) utiliza Despegar y 10% (1) Trivago.

RESULTADOS

CENSO Y MAPEO DE AGENCIAS DE VIAJES DEL DESTINO LA CEIBA 2018-2019

DESTINOS QUE OFRECEN LAS AGENCIAS DE VIAJES

GRÁFICO N° 12. AGENCIAS DE VIAJES QUE OFERTAN DESTINOS NACIONALES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

El censo reportó que un 45.4% (20) de agencias de viajes ofrece destinos nacionales para venta de boletos aéreos, recorridos turísticos o experiencias/paquetes, mientras que el 54.6% (24) indicó que no ofrece destinos nacionales.

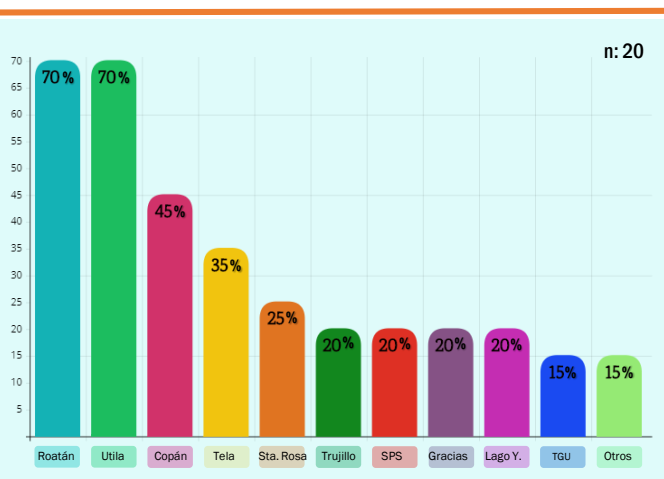
GRÁFICO N° 14. AGENCIAS DE VIAJES QUE OFERTAN DESTINOS INTERNACIONALES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

El censo reportó que un 25% (11) de las agencias de viajes, ofrece destinos internacionales para venta de boletos aéreos, recorridos turísticos o experiencias/paquetes, el 75% (33) indicó que no ofrece destinos internacionales.

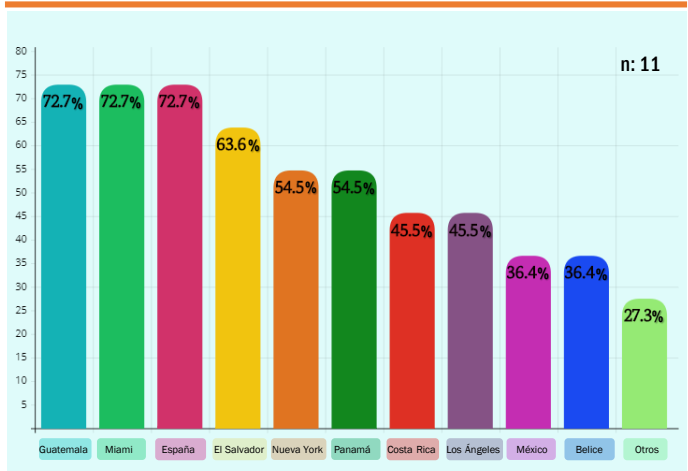
GRÁFICO N° 13. DESTINOS NACIONALES QUE OFERTAN LAS AGENCIAS DE VIAJES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

De las 20 agencias de viajes que indicaron que sí ofrecen destinos nacionales, se reportó que un 70% (14) ofrece Roatán, el 70% (14) ofrece Utila, 45% (9) Copán Ruinas, 35% (7) Tela, 25% (5) Santa Rosa de Copán, 20% (4) Trujillo, 20% (4) San Pedro Sula, 20% (4) Gracias, 20% (4) Lago de Yojoa, 15% (3) Tegucigalpa y 15% (3) otros destinos nacionales como Guanaja y La Mosquitia.

GRÁFICO N° 15. DESTINOS INTERNACIONALES QUE OFERTAN LAS AGENCIAS DE VIAJES

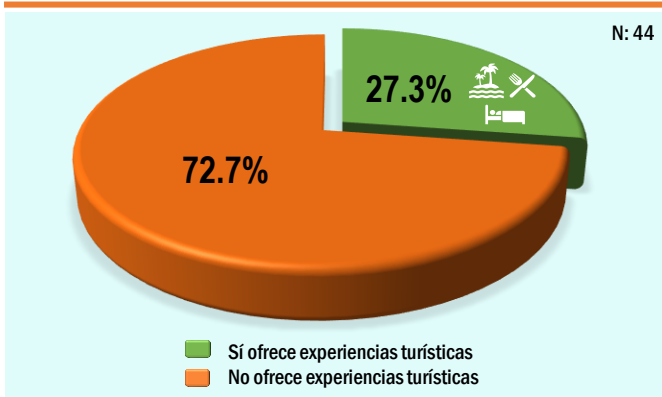


Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

De las 11 agencias de viajes que indicaron que sí ofrecen destinos internacionales, se reportó que un 72.7% (8) ofrece el destino Guatemala, 72.7% (8) ofrece Miami, el 72.7% (8) España, un 63.6% (7) oferta El Salvador, 54.5% (6) Nueva York, 54.5% (6) Panamá, 45.5% (5) Costa Rica, 45.5% (5) Los Ángeles, 36.4% (4) México, 36.4% (4) Belice y 27.3% (3) otros destinos internacionales como Perú, Atlanta y Colombia.

EXPERIENCIAS Y RECORRIDOS TURÍSTICOS QUE OFRECEN LAS AGENCIAS DE VIAJES

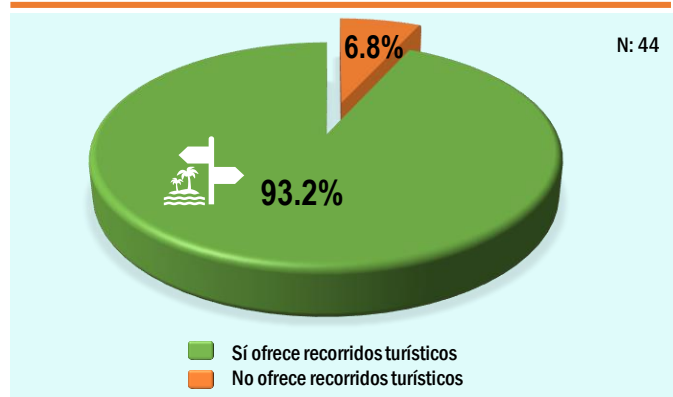
GRÁFICO N° 16. PORCENTAJE DE AGENCIAS DE VIAJES QUE OFRECE PAQUETES/EXPERIENCIAS TURÍSTICAS



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

En el censo se reportó que un 27.3% (12) de las agencias de viajes ofrece paquetes o experiencias turísticas, el 72.7% (32) indicó que no ofrece este servicio.

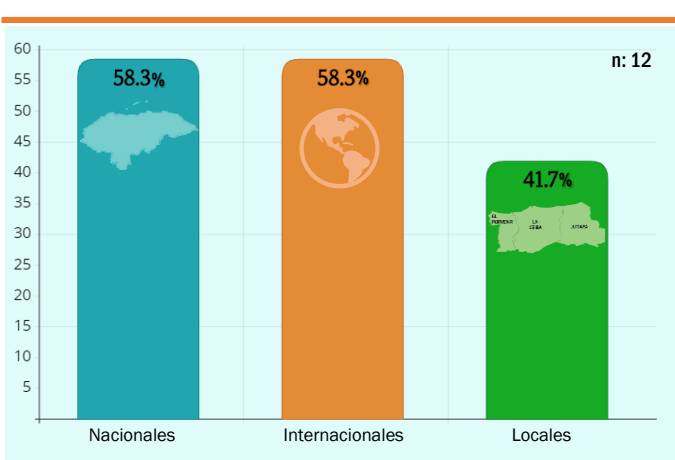
GRÁFICO N° 18. PORCENTAJE DE AGENCIAS DE VIAJES QUE OFRECE RECORRIDOS TURÍSTICOS



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

El censo reportó que el 93.2% (41) de las agencias de viajes ofrece recorridos turísticos, mientras que el 6.8% (3) no ofrece recorridos turísticos.

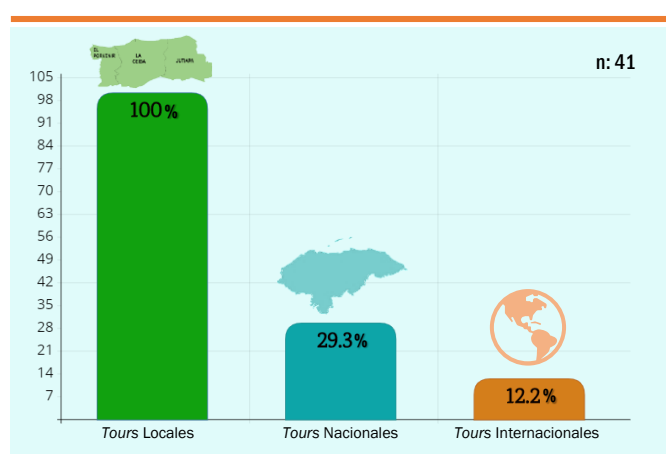
GRÁFICO N° 17. PORCENTAJE DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS LOCALES, NACIONALES E INTERNACIONALES QUE OFRECEN LAS AGENCIAS DE VIAJES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

De las 12 agencias de viajes que indicaron que sí ofrecen paquetes o experiencias turísticas se reportó que un 58.3% (7) ofrece experiencias turísticas nacionales, 58.3% (7) ofrece experiencias turísticas internacionales y el 41.7% (5) ofrece experiencias turísticas locales.

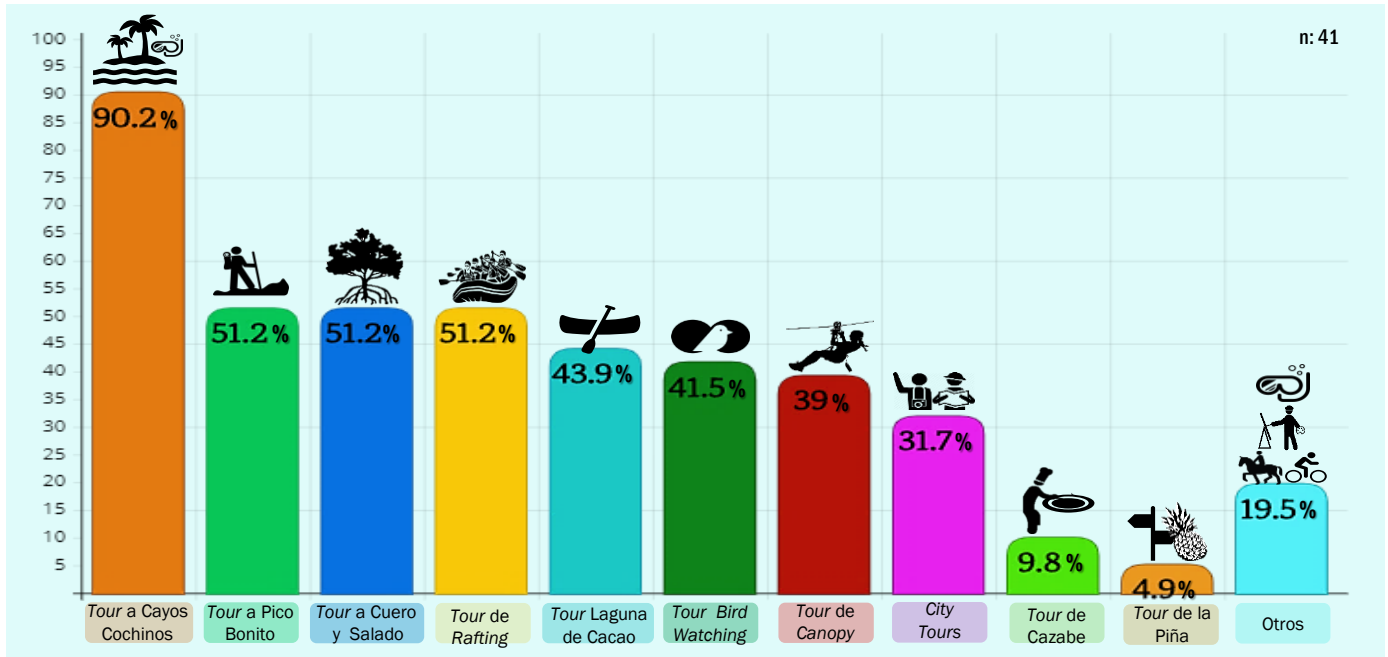
GRÁFICO N° 19. PORCENTAJE DE RECORRIDOS TURÍSTICOS LOCALES, NACIONALES E INTERNACIONALES QUE OFRECEN LAS AGENCIAS DE VIAJES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

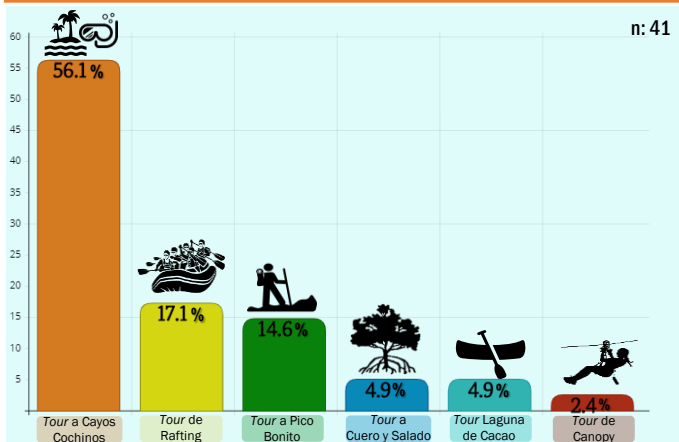
De las 41 agencias de viajes que indicaron que sí ofrecen recorridos turísticos se reportó que el 100% (41) ofrece recorridos turísticos locales, el 29.3% (12) recorridos en destinos turísticos a nivel nacional y el 12.2% (5) ofrece recorridos turísticos en destinos internacionales.

GRÁFICO N°20. TIPOS DE RECORRIDOS TURÍSTICOS LOCALES QUE OFRECEN LAS AGENCIAS DE VIAJES



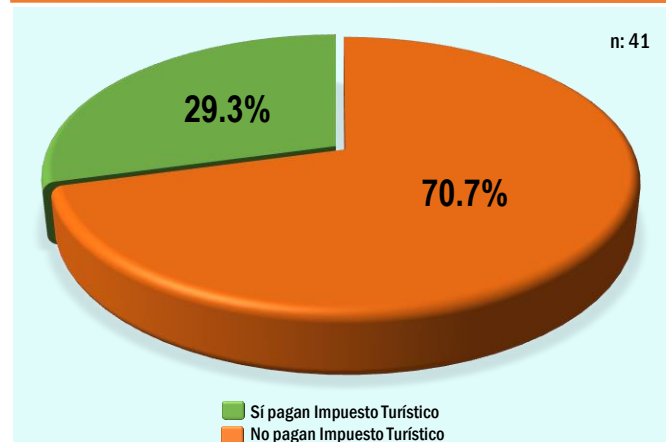
De las 41 agencias de viajes que ofrecen recorridos turísticos locales, el censo reportó que el 90.2% (37) ofrece recorridos turísticos al Monumento Natural Marino Archipiélago de Cayos Cochinos, el 51.2% (21) ofrece recorridos turísticos al Parque Nacional Pico Bonito, el 51.2% (21) ofrece recorridos turísticos al Refugio de Vida Silvestre Barras de Cuero y Salado, el 51.2% (21) ofrece el *Tour de Rafting*, un 43.9% (18) ofrece recorridos turísticos a la Laguna de Cacao, un 41.5% (17) ofrece *Tour de Observación de Aves*, el 39% (16) ofrece el *Tour de Canopy*, un 31.7% (13) ofrece *City Tours*, el 9.8% (4) ofrece el *Tour del Cazabe*, el 4.9% (2) ofrece el *Tour de la Piña* y un 19.5% (8) ofrece otro tipo de recorridos turísticos como Snorkel de Río; *Tour de Arte*; *Tour de Pesca*; ciclismo; cabalgatas y recorridos turísticos por las comunidades garífunas.

GRÁFICO N°21. RECORRIDOS TURÍSTICOS LOCALES QUE MÁS VENDEN LAS AGENCIAS DE VIAJES



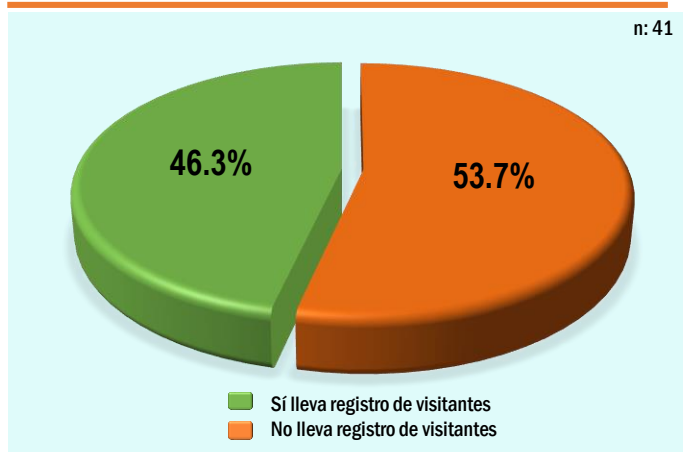
Las 41 agencias de viajes censadas reportaron que los recorridos turísticos que más venden son: en primer lugar el *Tour a Cayos Cochinos* con un 56.1% (23), en segundo lugar el *Tour de Rafting* con 17.1% (7), en tercer lugar se destaca el *Tour a Pico Bonito* con 14.6% (6), el cuarto lugar lo obtuvo el *Tour a Cuero y Salado* con un 4.9% y el *Tour a la Laguna de Cacao* con 4.9% y en quinto lugar con el 2.4% (1) el *Tour de Canopy*.

GRÁFICO N°22. AGENCIAS DE VIAJES QUE COBRAN LA TASA DE SERVICIOS TURÍSTICOS (4%)



De las 41 agencias de viajes que ofrecen recorridos turísticos un 29.3% (12) cobra la tasa de servicios turísticos (4%) a los clientes por cada recorrido, mientras que el 70.7% (29) no cobra dicho impuesto.

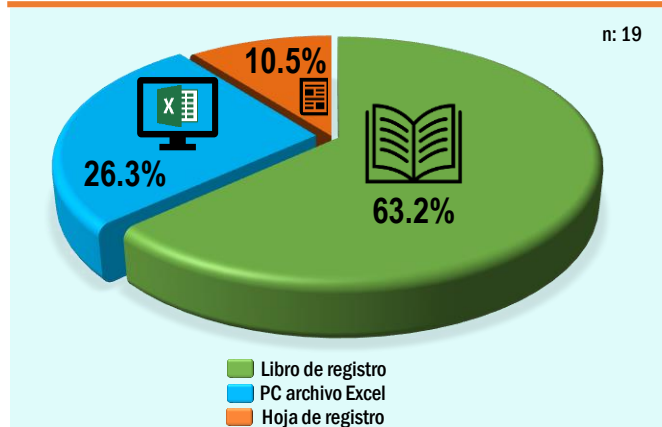
GRÁFICO N°23. PORCENTAJE DE AGENCIAS QUE LLEVAN REGISTRO DE VISITANTES POR RECORRIDO TURÍSTICO



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

En el censo se reportó que un 46.3% (19) de las agencias de viajes sí lleva un registro de visitantes, mientras que el 53.7% (22) no lleva registro de sus visitantes o clientes.

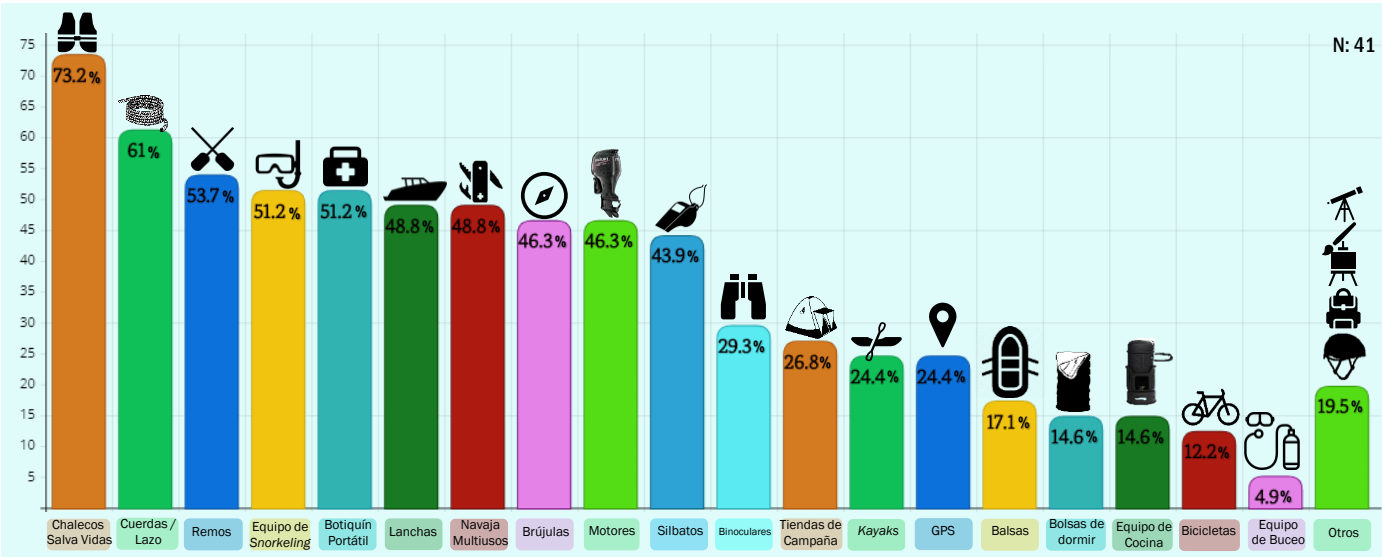
GRÁFICO N°24. MEDIOS QUE UTILIZAN LAS AGENCIAS DE VIAJES PARA REGISTRAR LOS VISITANTES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

Del 46.3% (19) de las agencias de viajes que reportaron que sí llevan un registro de los visitantes, un 63.2% (12) de estas indicó que lleva el registro a través de un libro, el 26.3% (5) lo lleva en digital utilizando el programa Excel y un 10.5% (2) lo hace a través de una hoja de registro.

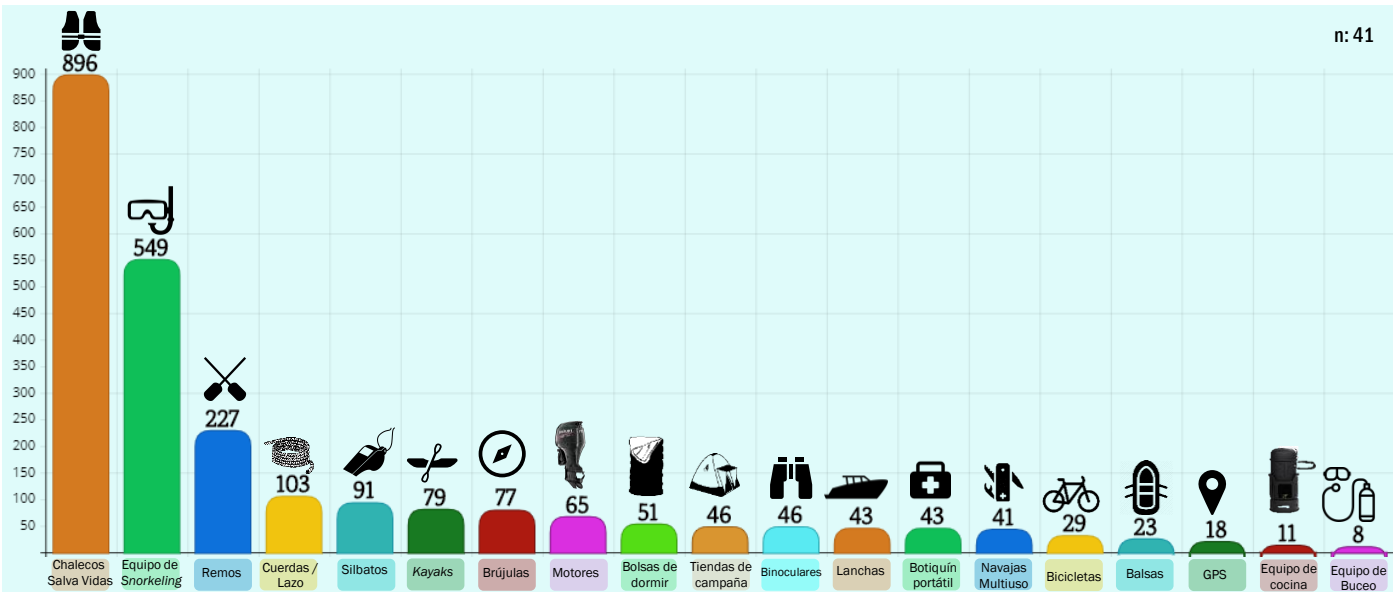
GRÁFICO N°25. EQUIPO CON EL QUE CUENTAN LAS AGENCIAS DE VIAJES PARA EL DESARROLLO DE LOS RECORRIDOS TURÍSTICOS



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

De las 41 agencias de viajes que cuentan con equipo para desarrollar los recorridos turísticos el censo reportó que un 73.2% (30) cuenta con chalecos salva vidas, el 61% (25) con cuerda o lazo, 53.7% (22) tiene remos, el 51.2% (21) cuenta con equipo para desarrollar *snorkeling*, el 51.2% (21) tiene botiquines portátiles, un 48.8% (20) posee lanchas, el 48.8% (20) tiene navajas multiuso, el 46.3% (19) tiene brújulas, 46.3% (19) tiene motores para lanchas, el 43.9% (18) tiene silbatos, el 29.3% (12) cuenta con binoculares, 26.8% (11) tiene tiendas de campaña, 24.4% (10) cuenta con *kayaks*, el 24.4% (10) tiene GPS, el 17.1% (7) tiene balsas de *rafting*, 14.6% (6) cuenta con bolsas de dormir, el 14.6% (6) tiene equipo de cocina para campamento, 12.2% (5) cuenta con bicicletas, el 4.9% (2) cuenta con equipo de buceo y un 19.5% (8) indicó contar con otro tipo de equipo como cascos, mochilas, caballetes, pinceles y telescopio.

GRÁFICO N°26. CANTIDAD DE EQUIPO CON EL QUE CUENTAN LAS AGENCIAS DE VIAJES PARA EL DESARROLLO DE LOS RECORRIDOS TURÍSTICOS



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

El censo reportó que en el Destino La Ceiba para el desarrollo de los recorridos turísticos se cuenta con 896 chalecos salva vidas, 549 equipos para desarrollo de *snorkeling*, 227 remos, 103 cuerdas, 91 silbatos, 79 *kayaks*, 77 brújulas, 65 motores de lancha, 51 bolsas de dormir, 46 tiendas de campaña, 46 binoculares, 43 lanchas, 43 botiquines portátiles, 41 navajas multiusos, 29 bicicletas, 23 balsas, 18 GPS, 11 equipos de cocina para campamentos y 8 equipos de buceo.

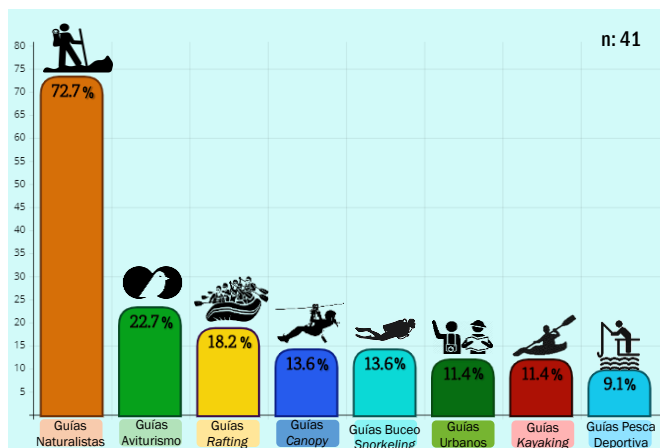
CAPACIDAD DEL SERVICIO DE GUIANZA TURÍSTICA EN EL DESTINO LA CEIBA

Los resultados del censo de agencias de viajes muestran que el Destino La Ceiba cuenta con 143 guías que operan recorridos turísticos locales, además, 9 de estos guías pueden operar recorridos turísticos a nivel nacional.

**TOTAL GUÍAS
LOCALES
143**

**TOTAL GUÍAS
NACIONALES
9**

GRÁFICO N°27. PORCENTAJE DE AGENCIAS DE VIAJES QUE CUENTAN CON GUÍAS TURÍSTICOS ESPECIALIZADOS

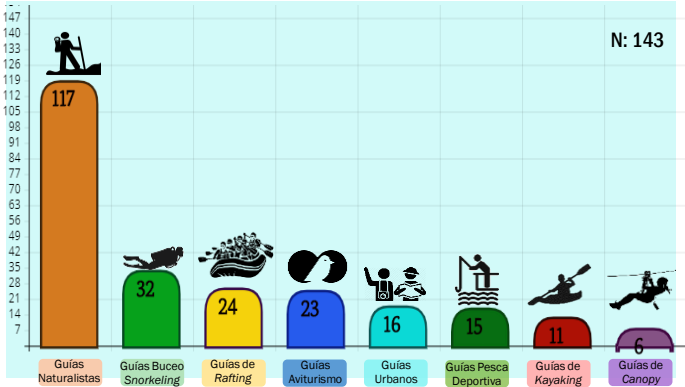


Fuente: Establecimientos de Hospedaje / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

Las 41 agencias de viajes que indicaron que ofrecen recorridos turísticos, manifestaron contar con servicios de guías especializados según la actividad turística que ejecutan. El censo destacó que el 72.7% (35) de las agencias de viajes cuenta con guías naturalistas o de áreas protegidas, el 22.7% (10) cuenta con guías especialistas en aviturismo, el 18.2% (8) con guías de *rafting*, el 13.6% (6) con guías de *canopy*, el 13.6% (6) con guías de buceo y *snorkeling*, un 11.4% (5) cuenta con guías urbanos o especializados en *city tours*, un 11.4% (5) con guías de *kayaking* y un 9.1% (4) cuenta con guías de pesca deportiva.

CAPACIDAD DEL SERVICIO DE GUÍAS TURÍSTICOS EN EL DESTINO LA CEIBA

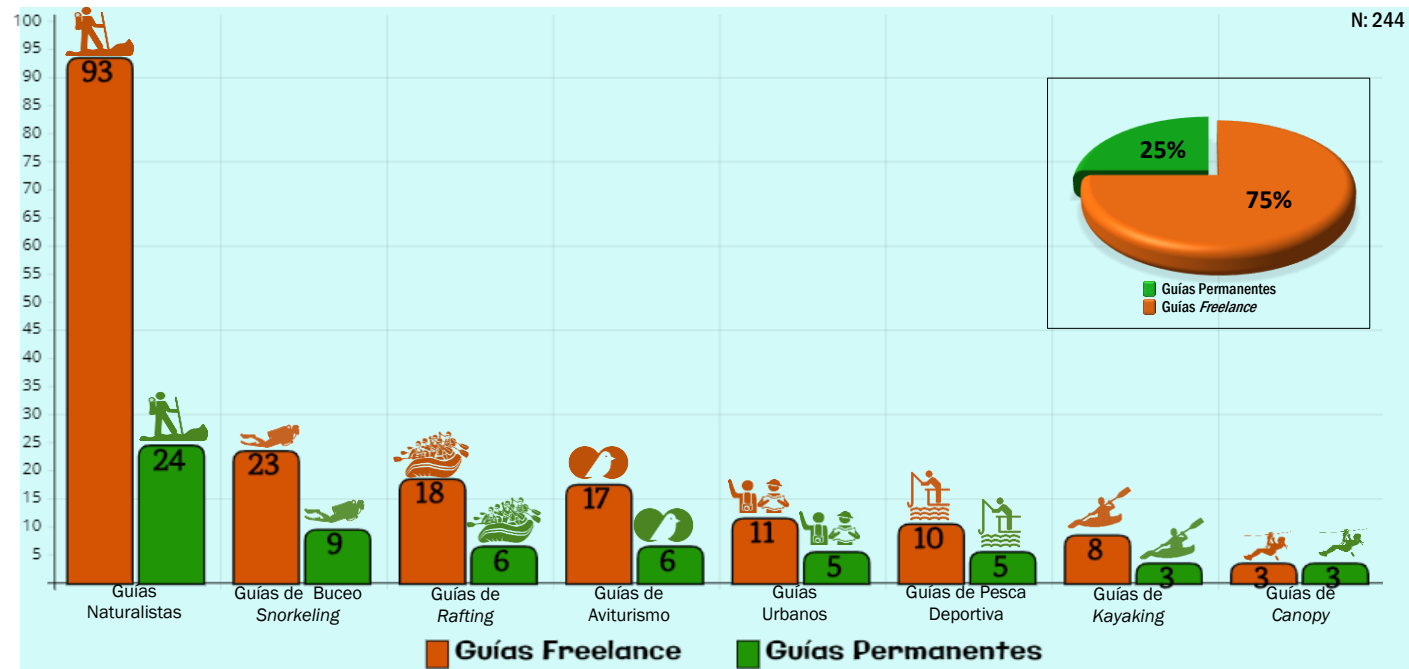
GRÁFICO N°28. NÚMERO TOTAL DE GUÍAS ESPECIALIZADOS EN EL DESTINO LA CEIBA



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

Según los datos del censo de agencias de viajes, se reporta que en el Destino La Ceiba hay 117 guías naturalistas o de áreas protegidas, 32 especialistas en buceo y *snorkeling*, 24 guías especializados en *rafting*, 23 guías de aviturismo, 16 guías que se especializan en hacer recorridos turísticos en la ciudad de La Ceiba, 15 guías son especialistas en hacer recorridos turísticos en la ciudad de La Ceiba, 15 guías son especialistas en pesca deportiva, 11 en *kayaking* y 6 en *canopy*/cuerdas.

GRÁFICO N°29. NÚMERO DE GUÍAS FREELANCEY GUÍAS PERMANENTES EN EL DESTINO LA CEIBA SEGÚN SU ESPECIALIZACIÓN



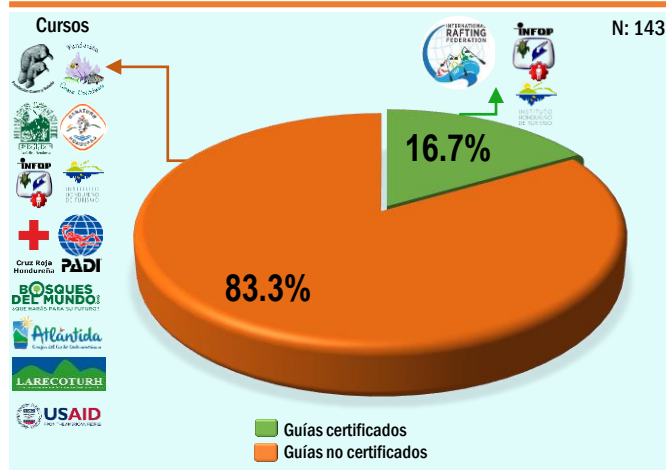
Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

El censo reportó que en el Destino La Ceiba el 75% (183) de los guías son contratados por temporadas o según los *tours* que venden las agencias de viajes y solo un 25% (61) es contratado de forma permanente. A continuación se desagregan los guías *freelance* y los guías permanentes según sus especializaciones:

CATEGORÍA	GUÍAS NATURALISTAS	GUÍAS DE BUCEO SNORKELING	GUÍAS DE RAFTING	GUÍAS DE AVITURISMO	GUÍAS URBANOS	GUÍAS DE PESCA DEPORTIVA	GUÍAS DE KAYAKING	GUÍAS DE CANOPY
GUÍAS CON CONTRATOS TEMPORALES	93	23	18	17	11	10	8	3
GUÍAS CONTRATADOS DE FORMA PERMANENTE	24	9	6	6	5	5	3	3
TOTAL GUÍAS EN EL DESTINO	117	32	24	23	16	15	11	6

CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN EL DESTINO LA CEIBA

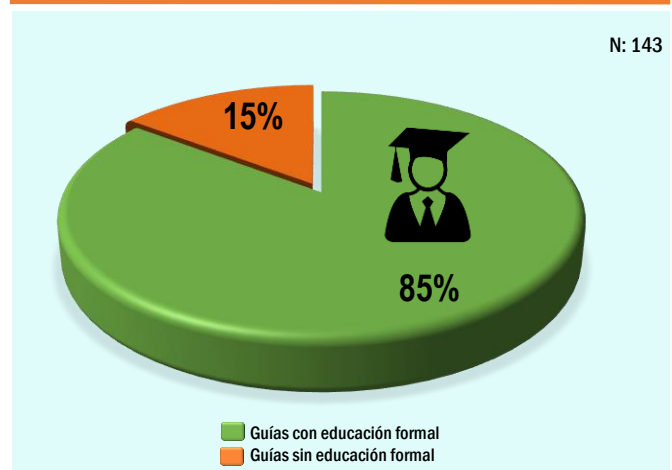
GRÁFICO N°30. PORCENTAJE DE GUÍAS CERTIFICADOS EN EL DESTINO LA CEIBA



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

De los 143 guías turísticos reportados en el Destino La Ceiba un 16.7% (24) cuenta con certificación y el 83.3% (119) no cuenta con certificaciones pero sí con cursos impartidos por fundaciones de áreas protegidas, CANATURH, INFOP, LARECOTURH, IHT y otros proyectos que han tenido intervención en el Destino.

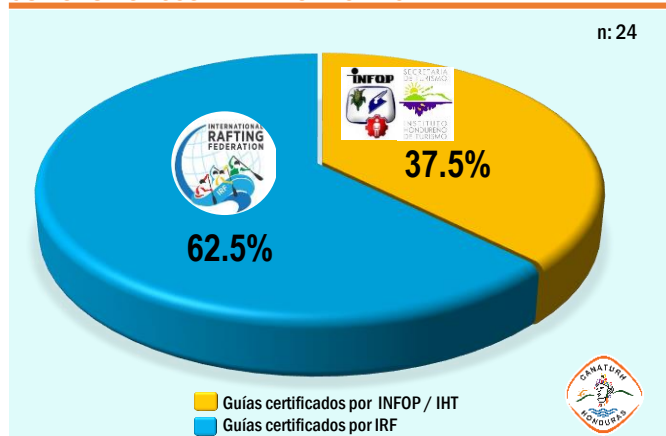
GRÁFICO N°32. PORCENTAJE DE GUÍAS CON EDUCACIÓN FORMAL



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

De los 143 guías turísticos reportados en el Destino La Ceiba el 85% (122) indicó tener educación formal, ya sea básica, secundaria o universitaria y, el 15% (21) no cuenta con educación formal.

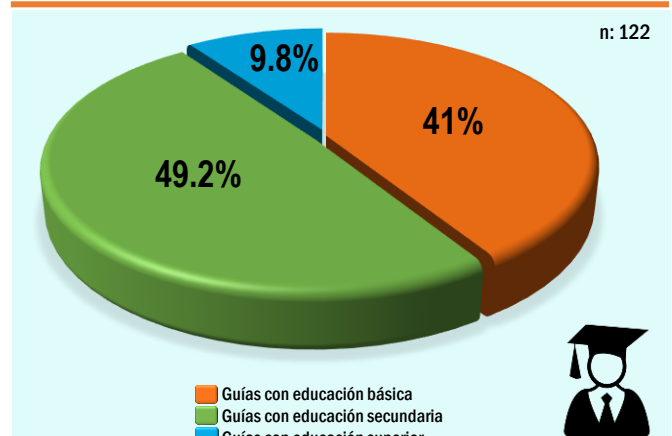
GRÁFICO N°31. TIPOS DE CERTIFICACIONES QUE TIENEN LOS GUÍAS TURÍSTICOS EN EL DESTINO LA CEIBA



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

De los 24 guías turísticos del Destino La Ceiba que indicaron tener algún tipo de certificación, el 62.5% (15) cuenta con la certificación de guías de *rafting* otorgada por la Federación Internacional de *Rafting* (IRF, por sus siglas en inglés) y el 37.5% (9) indicaron estar certificados por el Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP) y registrados en el Instituto Hondureño de Turismo (IHT). Procesos organizados por CANATURH en el 2015.

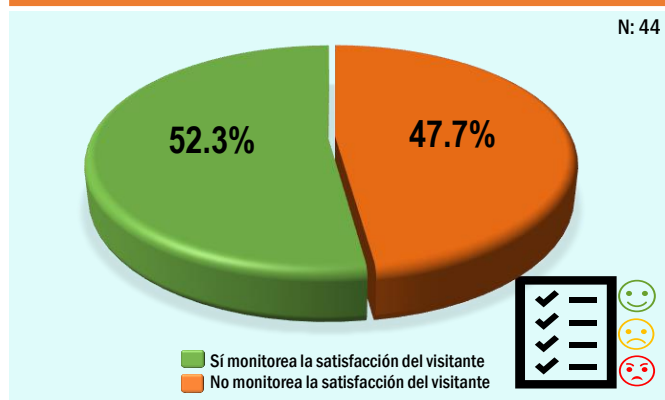
GRÁFICO N°33. NIVEL EDUCATIVO DE LOS GUÍAS



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

De los 122 guías turísticos con educación formal el 41% (50) indicó haber cursado educación básica, el 49.2% (60) educación secundaria y el 9.8% (12) educación superior.

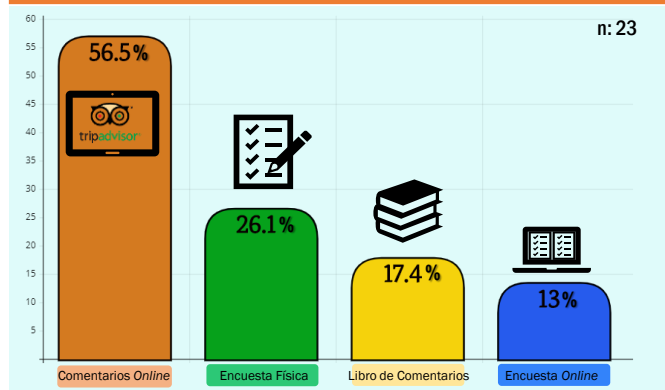
GRÁFICO N° 34. AGENCIAS DE VIAJES QUE IMPLEMENTAN UN SISTEMA DE MONITOREO DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

De las 44 agencias de viajes censadas el 52.3% (23) mencionó que sí monitorea la satisfacción del visitante, el resto de las agencias 47.7% (21) no cuenta con un sistema de monitoreo de satisfacción de sus visitantes.

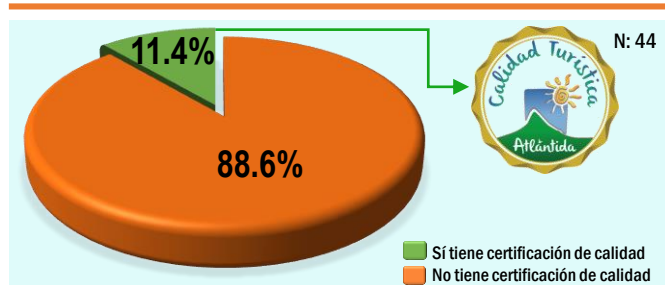
GRÁFICO N° 35. MÉTODOS QUE IMPLEMENTAN LAS AGENCIAS DE VIAJES PARA MONITOREAR LA SATISFACCIÓN DE SUS VISITANTES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

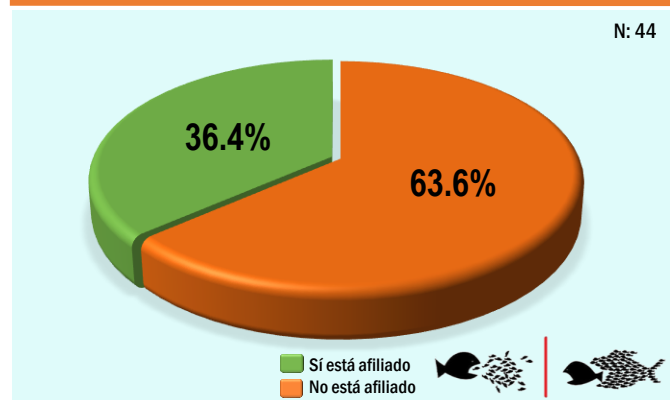
De las 23 agencias de viajes que sí monitorean la satisfacción de los visitantes, el 56.5% (13) mencionó que recibe comentarios a través de redes sociales, el 26.1% (6) indicó que aplica encuestas impresas, un 17.4% (4) tiene a disposición del visitante un libro de comentarios, felicitaciones o sugerencias, este libro es diferente al libro de quejas, y el 13% (3) aplica encuestas online.

GRÁFICO N° 38. AGENCIAS DE VIAJES CON CERTIFICACIÓN DE CALIDAD



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

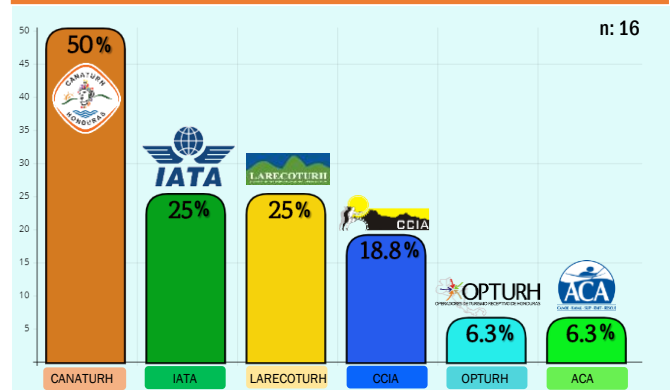
GRÁFICO N° 36. AGENCIAS DE VIAJES AFILIADAS A INSTITUCIONES DEL SECTOR



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

El 36.4% (16) de las agencias de viajes están afiliadas a instituciones del sector, mientras que el 63.6% (28) no tiene ninguna afiliación.

GRÁFICO N° 37. INSTITUCIONES DONDE ESTÁN AFILIADAS LAS AGENCIAS DE VIAJES

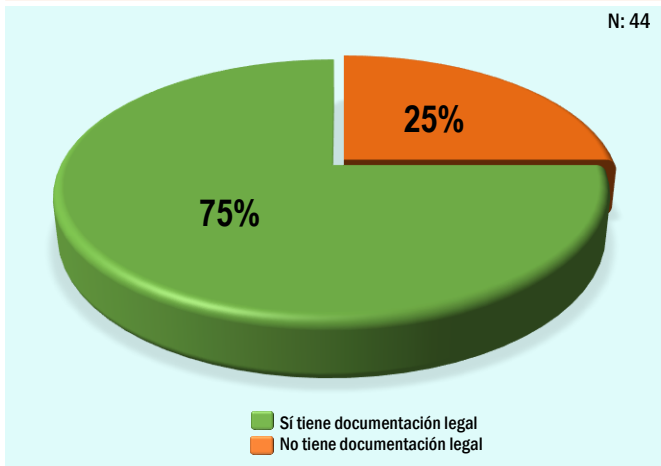


Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

El 50% (8) de las agencias de viajes está afiliado a CANATURH, el 25% (4) está afiliado a la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), el 25% está afiliado a La Red de Comunidades Turísticas de Honduras (LARECOTURH), un 18.8% (3) está afiliado a la Cámara de Comercio e Industrias de Atlántida (CCIA), un 6.3% (1) a la Asociación de Operadores de Turismo Receptivo de Honduras (OPTURH) y el 6.3% (1) a la Asociación Americana de Canoa (ACA, por sus siglas en inglés).

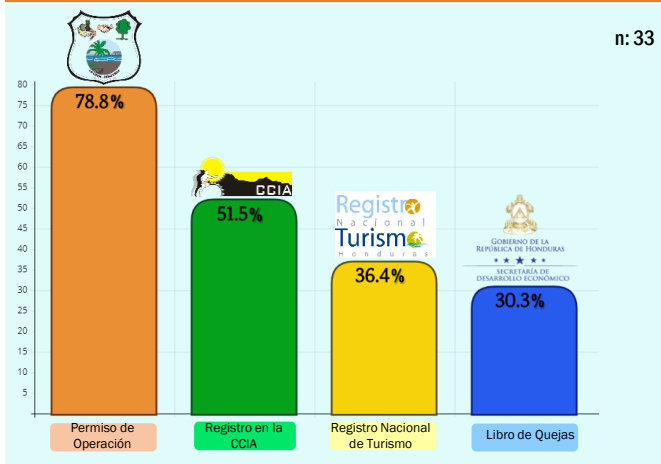
El censo reportó que el 88.6% (39) de las agencias de viajes no tiene certificaciones de calidad y el 11.4% (5) cuenta con la certificación de calidad "Distintivo Atlántida Calidad Turística", otorgada por La Cámara Nacional de Turismo (CANATURH) y la Organización de Gestión del Destino Atlántida (OGD) en el año 2015.

GRÁFICO N° 39. PORCENTAJE DE AGENCIAS DE VIAJES CON DOCUMENTACIÓN LEGAL EN EL DESTINO LA CEIBA



El censo de agencias de viajes del Destino La Ceiba reportó que el 75% (33) cuenta con documentación legal para operar y el 25% (11) no cuenta con dicha documentación.

GRÁFICO N° 40. TIPO DE DOCUMENTACIÓN LEGAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN EL DESTINO LA CEIBA



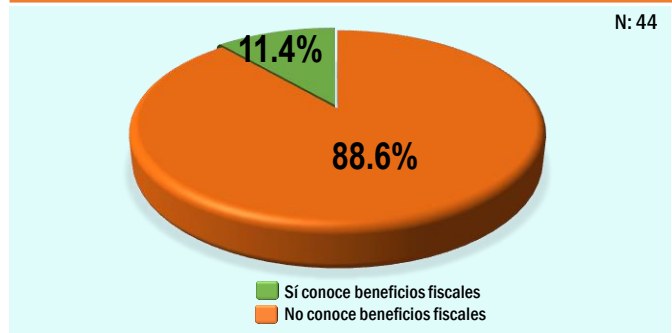
De las 33 agencias de viajes del Destino La Ceiba que indicaron tener documentación legal, el 78.8% (26) cuenta con permiso de operación otorgado por la Municipalidad, el 51.5% (17) está registrado en la Cámara de Comercio e Industrias de Atlántida (CCIA), un 36.4% (12) cuenta con el Registro Nacional de Turismo, otorgado por el Instituto Hondureño de Turismo (IHT) a través de CANATURH y el 30.3% (10) tiene a disposición del cliente en la oficina el libro de quejas, otorgado por la Secretaría de Desarrollo Económico

GRÁFICO N° 41. PORCENTAJE DE AGENCIAS DE VIAJES CON REGISTRO EN MARINA MERCANTE



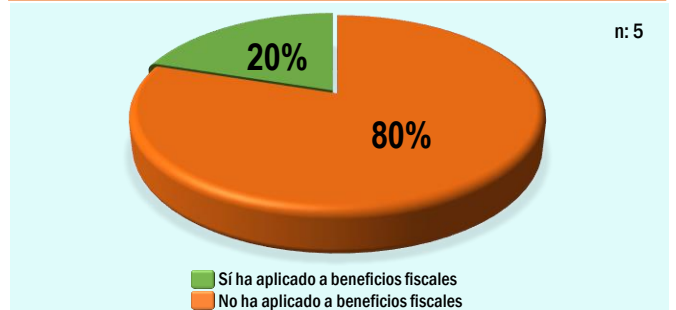
De las 20 agencias que indicaron tener lanchas para desarrollo de los *tours*, el 70% (14) tiene registro en la Dirección General de Marina Mercante y el 30% (6) indicó que no tiene este registro.

GRÁFICO N° 42. AGENCIAS DE VIAJES QUE CONOCEN BENEFICIOS FISCALES DEL SECTOR



El censo de agencias reportó que el 11.4% (5) de las agencias de viajes sí conoce los beneficios fiscales del sector turismo y el 88.6% (39) no conoce estos beneficios.

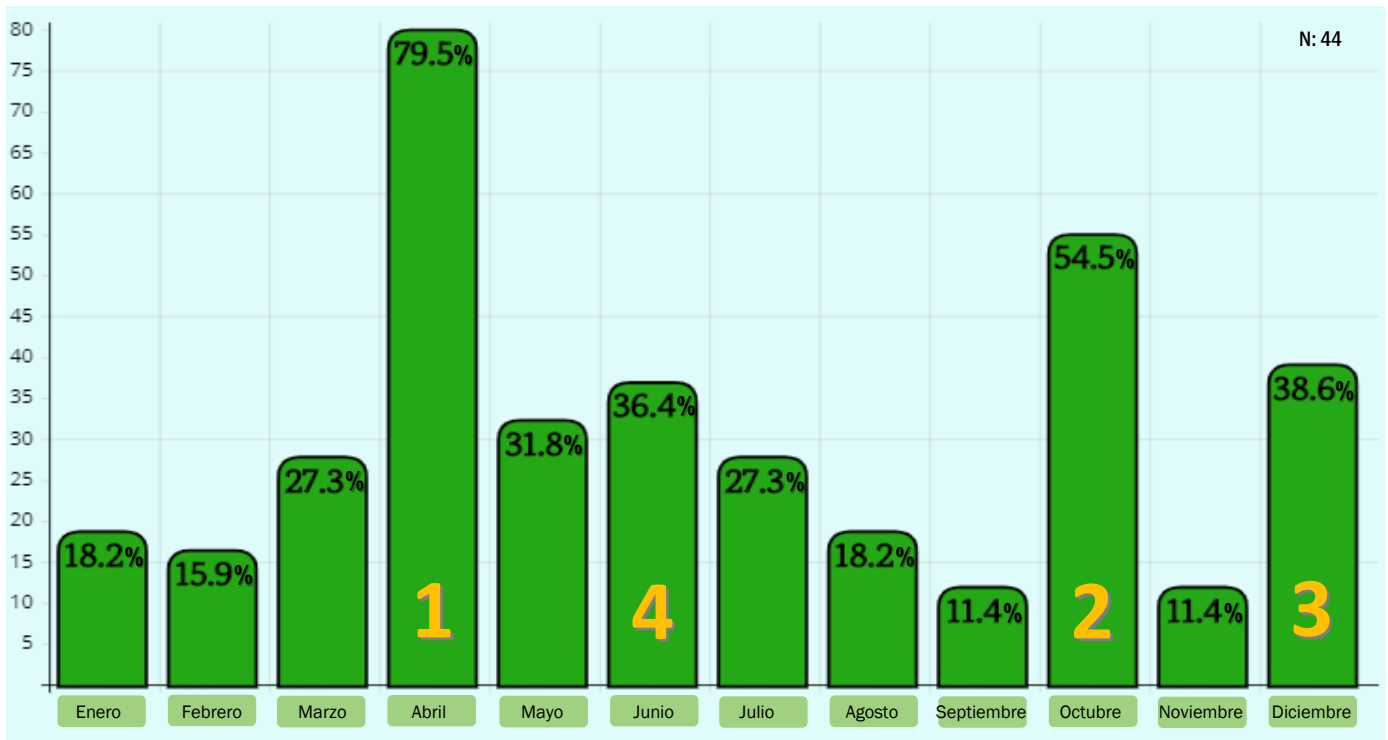
GRÁFICO N° 43. AGENCIAS DE VIAJES QUE HAN APLICADO A BENEFICIOS FISCALES



De las 5 agencias de viajes que reportaron conocer beneficios fiscales del sector, el 20% (1) aplicó a estos beneficios y el 80% (4) no ha aplicado.

ESTACIONALIDAD EN EL DESTINO LA CEIBA SEGÚN LAS AGENCIAS DE VIAJES

GRÁFICO N° 44. TEMPORADA ALTA SEGÚN VENTAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES



Fuente: Agencias de viajes / Observatorio Universitario de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OUTSCC)

Las 44 agencias de viajes reportaron como temporada alta los meses de: abril con 79.5% (35), octubre con 54.5% (24), diciembre con 38.6% (17) y junio con 36.4% (16), con menor porcentaje reportaron los meses de mayo con 31.8% (14), julio con 27.3% (12), marzo 27.3% (17), enero y agosto con 18.2% (8) cada uno. Los meses con menores ventas según las agencias de viajes son: febrero con 15.9% (7), septiembre y noviembre con 11.4% (5) cada uno.

DEFINICIONES

AGENCIA DE VIAJES*: Empresa que se dedica a la realización de arreglos para viajes y a la venta de servicios sueltos u organizados en forma de paquetes, en carácter de intermediario entre las empresas llamadas a prestar los servicios y el usuario final para fines turísticos, comerciales o de cualquier otra índole.

TIPOS DE AGENCIAS DE VIAJES POR ORGANIZACIÓN *

AGENCIA DE VIAJES DETALLISTA: En este tipo de operación la agencia no elabora sus propios productos. Cuenta con una estructura organizacional integrada por dirección, pasajes y reservaciones. El departamento de pasajes se ocupa también de la venta de los viajes estandarizados, los cuales son organizados por los mayoristas o los turoperadores. El departamento de reservaciones se encarga de la atención telefónica y de las cuentas corrientes. En este tipo de agencias, todos los empleados realizan todo tipo de trabajo porque es bastante simple. En América Latina generalmente la estructura organizacional cambia y se divide en dirección, departamento nacional y departamento internacional.

AGENCIA DE VIAJES TUOPERADORA: Operan sus propios programas de viajes con equipo propio o subcontratando los servicios a operadores terrestres locales. El turoperador vende sus propios programas mediante las agencias de viajes detallistas y directamente al turista en sus oficinas de venta al público. Además de los departamentos de dirección, programación, ventas y reservaciones, cuenta con el departamento de operaciones, el cual tiene a su cargo la operación de los servicios.

FREELANCE: Vendedor independiente dedicado a la organización de viajes que posteriormente negocia con las agencias, los turoperadores, líneas áreas entre otros servicios. Profesional que vive de esa actividad. La relación entre un *freelance* y una agencia de viajes es de tipo comercial, de tal manera que el *freelance* le entrega el grupo si la agencia le otorga una buena comisión por el negocio, de lo contrario lo negocia con otra agencia competidora.

PAQUETE / EXPERIENCIA TURÍSTICA: Conjunto de servicios que incluye alojamiento, transporte, alimentación y recorridos locales. Se vende a un precio global y el turista lo adquiere en un solo acto de compra sin estar contratando los servicios por separado.

* FUENTE: Acerenza, M. A. (2007). *Agencias de Viajes*. Ciudad de México, México: Trillas. doi:380.1459104/A545a

TASA DE SERVICIOS TURÍSTICOS: Según el ARTÍCULO 43 de la Ley del Instituto Hondureño de Turismo, la tasa de servicios turísticos fue creada para promover y fomentar la actividad turística, su importe es de cuatro por ciento (4%) sobre el precio de alojamiento diario en hoteles, sobre el precio del arrendamiento de vehículos y, sobre el precio de los servicios prestados por las agencias operadoras de turismo receptivo.



REDES SOCIALES**

FANPAGE / PÁGINAS DE FANS: Red social creada por Facebook para crear y diseñar marketing a través de ellas, proporciona herramientas para promocionar la marca corporativa y así generar mayor exposición, permiten interacción entre la empresa y sus seguidores, creando conversaciones con su público objetivo (Facebook, 2019).

TWITTER: Red social que brinda a las empresas la oportunidad de estar en contacto con seguidores y clientes a través de su servicio de mensajería. Da acceso a lo que acontece en la industria en el país y en todo el mundo. Las empresas pueden usar Twitter para ampliar su alcance y conectarse con sus clientes actuales y potenciales (Twitter, 2019).

INSTAGRAM: Es una red social y aplicación para subir fotos y videos de corta duración, ofrece herramientas para los usuarios de cuentas empresariales como *Checkout*, donde el usuario puede hacer compras directamente, estadísticas de las publicaciones y seguidores y promocionar las publicaciones de los productos y servicios, llegando así a miles de usuarios (Instagram, 2019).

TRIPADVISOR: Sitio web que opera como una red social donde los usuarios de servicios turísticos comentan sus experiencias sobre los productos y el servicio de la empresa turística. Este sitio web no es un agente de reservaciones ni un operador de turismo y no cobra cargos de servicio a los usuarios, para esto cuenta con socios (aerolíneas, proveedores de viajes y agentes de reservaciones) que publican tarifas aéreas, tours y paquetes turísticos (Tripadvisor, 2019).

LINKEDIN: Es una red social y plataforma en línea orientada a perfiles profesionales, se enfoca en dar un servicio para encontrar oportunidades laborales, socializa información sobre el negocio, la marca, productos, servicios y oportunidades laborales para quienes buscan trabajar en estas (LinkedIn, 2019).

CENTRALES DE RESERVA ONLINE**

AMADEUS: Su actividad se centra en el sector del viajes, es proveedor de soluciones tecnológicas y distribuidor de servicios turísticos, comercializa tecnología de distribución (sistema de reservas), también se encarga de asistir y proveer a las agencias de viajes de infraestructura tecnológica, formación, consultoría y servicios de soporte al cliente (Amadeus IT Group SA, 2018).

SABRE: Proveedor de soluciones tecnológicas para la industria global de viajes mediante su *software*, datos, servicios móviles, distribución y comercialización electrónica. Compañías aéreas y propiedades hoteleras gestionan operaciones en sus líneas de negocios. Estas áreas operativas incluyen las reservaciones de pasajeros y huéspedes, gestión de ingresos, planificación, redes aerocomerciales y gestión de tripulaciones en vuelos. Esta plataforma de *e-commerce* para negocios conecta empresas proveedoras de viajes, compradores y consumidores (SABRE, 2018).

EXPEDIA: Plataforma de reserva de vuelos, alojamiento, autos, cruceros o paquetes turísticos combinados. Ayuda a los viajeros a planificar y reservar de manera fácil los viajes poniendo a disposición del cliente una amplia sección de paquetes de vacaciones, vuelos, hoteles, alquiler de automóviles, ferrocarriles, cruceros, actividades, atracciones y servicios (Expedia, 2017).

TRIVAGO: Sitio web de búsqueda y comparación de precios de las plataformas web de reserva. Este sitio recibe una comisión si el usuario adquiere una oferta concreta. Trivago colabora con webs de reserva de todo el mundo, lo que incluye agencias de viajes *online*, cadenas hoteleras y hoteles independientes (Trivago, 2019).

DESPEGAR: Plataforma de reserva *online* donde el cliente puede reservar y comparar pasajes aéreos, hoteles, paquetes turísticos, alquiler de autos, cruceros (Despegar, 2019).

SERVICIOS BRINDADOS POR LAS AGENCIAS DE VIAJES*

INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS: Se registra si la agencia brinda con carácter permanente información gratuita al público en general, y a sus clientes en particular sobre lo relacionado con los viajes, así como algunos servicios adicionales por los cuales no recibe remuneración económica como es el caso de la gestión de visas o cualquier otro tipo de documentos de viaje. La prestación de este tipo de servicios exige disponer de una documentación completa con personal que se ocupe de estas funciones.

VENTA DE SERVICIOS SUELTOS: Se registra si la agencia cuenta con venta de boletos de pasaje en todas sus modalidades (terrestre, marino, aéreo), reservaciones de hoteles, renta de automóviles y venta de seguros de viaje, asistencia médica, (misceláneos) etc. Para la venta de estos servicios sueltos, la agencia recibe una comisión, previamente acordada con el prestador de los mismos. La labor de la agencia de viajes en la venta de estos servicios es la de un intermediario que actúa como agente autorizado para su distribución en el mercado.

VENTA DE SERVICIOS ORGANIZADOS: Se registra si la agencia vende paquetes/experiencias donde el cliente puede adquirir en un solo acto de compra todos los servicios, a efecto de evitar todo el complicado proceso de contratación por separado. Estos servicios organizados pueden ser de dos tipos: los de elaboración propia y los programas de viajes estandarizados preparados por los mayoristas o por los turoperadores.

*FUENTE: Acerenza, M. A. (2007). *Agencias de Viajes*. Ciudad de México, México: Trillas. doi:380.1459104 A545a

GUÍA TURÍSTICO

De acuerdo al Reglamento Nacional de Guías Turísticas, establecido por el Instituto Hondureño de Turismo, se define al guía turístico de acuerdo al ámbito de acción de la forma siguiente:

El **GUÍA TURÍSTICO** es la persona física que proporciona al turista nacional o extranjero, orientación e información profesional sobre el patrimonio turístico, cultural y atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia.

El **GUÍA NACIONAL** es la persona que acompaña, dirige, interpreta, facilita e informa a visitantes nacionales o extranjeros en cualquier lugar del territorio nacional. Las funciones de un guía nacional incluyen todas las actividades relacionadas al acompañamiento, recepción en el puerto de entrada o punto de reunión, facilitación de aspectos logísticos en los destinos y movilización entre destinos y la interpretación general de la historia, cultura y ambiente del país.

El **GUÍA LOCAL** es la persona inscrita para interpretar, dirigir e informar a visitantes nacionales o extranjeros en un área geográfica específica.

REVISIÓN DEL BOLETÍN:

Departamento de Matemáticas - CURLA
Área de Ciencias Sociales - CURLA
Área de Humanidades y Arte - CURLA
SEDI - CURLA

REVISIÓN DE FICHA DE CENSO

Carrera de Ecoturismo

El OUTSCC, como una instancia de monitoreo de indicadores y divulgación de información actualizada y científica, requiere a los solicitantes de la misma CITAR como fuente el Observatorio al momento de utilizarla, cumpliendo así con las políticas de manejo de la información del OUTSCC.

**Fuente: Conceptos de redes sociales y centrales de reservas *online*, obtenidos de los sitios web oficiales.



OBSERVATORIO UNIVERSITARIO DE TURISMO SOSTENIBLE Y CAMBIO CLIMÁTICO

CONTÁCTANOS:



<https://outscc.unah.edu.hn>



(504) 2442-9524



outscc.curla@unah.edu.hn



@outscc.curla



outscc_curla



UNAH-CURLA
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO
DEL LITORAL ATLÁNTICO