

INTRODUCCION

Se presenta a continuación los resultados del estudio de mercado denominado:

Encuesta del grado de satisfacción del turista que visita Centroamérica Septiembre del 2000

El objetivo fundamental del proyecto fue el de construir un perfil del turista que visita el Area Centroamericana y determinar el grado de satisfacción de su visita con relación al producto recibido. De forma que los resultados permitan diagnóaticar fortalezas y debilidades, dando pie para trabajar en la definición y desarrollo de una estrategia Regional de Marketing.

El proyecto se llevó a cabo entre turistas, los cuales fueron entrevistados al salir del país, en las salas de abordaje de los aeropuertos internacionales de Panamá, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala y Honduras.

Los resultados se presentan consolidados a nivel de toda la Región y de forma individual para que cada país pueda observar de forma independiente el comportamiento de su mercado.

La tarea de campo fue realizada durante el mes de setiembre del 2000, por 6 equipos de campo, compuestos cada uno por un supervisor y 5 encuestadores bilingues, los cuales trabajaron con cuestionarios estructurados en español, inglés, francés, italiano y alemán.

El éxito de este tipo de proyectos radica en su periodicidad, ya que es lo que permitirá evaluar tendencias entre una evaluación y otra permitiendo, según sea el caso, tomar acciones correctivas.

En **bimsa**, somos del criterio que el presente documento permitirá vislumbrar con certeza, cual es la percepción que tiene el turista que visita la Región, permitiendo el diseño de estrategias y tácticas a corto y mediano plazo.

I. DESCRIPCION DEL PROYECTO

El proyecto determina el grado de satisfacción o percepción que tienen los turistas que visitan la región, en relación directa al producto recibido, de forma que los resultados ayuden al desarrollo y definición de una estrategia de marketing regional.

Los datos del estudio se presentan a nivel regional y por país, segmentados por sexo, grupo de edad, nivel de ingreso, educación y por lugar de procedencia del entrevistado (Estados Unidos, Canadá, Alemania, Resto de Europa, Resto de América y otros países). La muestra no considera turistas centroamericanos.

El proyecto permite conocer por grupos de clasificación cuales son nuestras fortaleza, debilidades y aspectos a mejorar a nivel de infraestructura, líneas aéreas, hoteles, gastronomía, entretenimiento, sitios de interés visitados, guías, compras, transporte local, servicios, seguridad, servicio al cliente, precios del paquete o servicios recibidos. También determina si el turista tiene la intención de regresar, si recomienda el país a sus amigos como destino turístico, que otros países de la región le gustaría visitar, y que es lo que más le gustó y disgustó del país visitado y en su criterio que aspectos debiera mejorar el país visitado para que su estadía fuera más placentera.

El proyecto se presenta en 7 volúmenes uno regional y uno para cada uno de los 6 países en donde se desarrolló el estudio, cada volumen incluye:

- a. Descripción de la metodología
- b. Resumen gerencial con sus conclusiones
- c. Síntesis de los principales resultados
- d. Anexo estadístico (cuadros de resultados)

Los resultados se presentan en texto y gráficos y tablas. Además se incluye una presentación regional en power point con los principales hallazgos.

ALCANCES Y LIMITACIONES

Los resultados del estudio se presentan de forma consolidada para toda la Región y de forma individual para cada país y segmentados por sexo, grupo de edad, nivel de ingreso, educación y regionalizado según el lugar de residencia del turista entrevistado.

Es menester dejar claramente establecido que debido al tamaño de la muestra es imposible cruzar todas las variables antes descritas ya que podríamos caer en aspectos más de tipo cualitativo que cuantitativo al obtenerse bases demasiado pequeñas, las cuales llegan a perder representatividad.

Por ejemplo una de las limitantes del estudio es tratar de tomar los datos por el lugar de procedencia del turista y segmentarlo por sexo, grupo de edad y luego por nivel de ingreso, ya que los resultados que se obtendrían no serían representativos ya que las bases serían demasiado pequeñas como para poder inferir que ese es el comportamiento de la población.

También consideramos pertinente aclarar, que no se determina el promedio de noches que pernoctaron las personas, debido a que se requieren ciertos parámetros estadísticos para poder extropolar con precisión el número promedio de días que pernoctaron los turistas, por ejemplo se requiere conocer el universo y su tendencia. Lo que se menciona en vez del promedio es la clase modal

OTROS ASPECTOS

Queremos hacer mención que tanto las boletas del estudio, programas de levantamiento de la información, lo mismo que los diskettes con el procesamiento de la información, por política se mantienen en nuestros archivos durante un año y pueden ser solicitados por ustedes cuando lo consideren pertinente.

Antes de proceder a destruirlos, pediremos el consentimiento de ustedes.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El objetivo general del estudio fue el de construir un perfil del turista que visita el Area Centroamericana y determinar el grado de satisfacción de su visita con relación al producto recibido, de forma que los resultados permitan diagnosticar fortalezas y debilidades, dando pie para trabajar en la definición y desarrollo de una estrategia Regional de Marketing.

Los objetivos específicos del estudio fueron los de determinar el grado de satisfacción e impresiones de los turistas que visitan la región en cuanto a:

- Infraestructura
- Línea Aérea
- Hotel
- Gastronomía
- Entretenimiento
- Excursiones a sitios de interés visitados
- Donde fueron de compras, la utilización o no de guías
- Transporte local utilizado
- Seguridad
- Evaluación del servicio al cliente
- Lo que más le gusto del país
- Lo que le disgustó del país
- Que debiera mejorar el país
- Nivel de disposición a regresar. Por que?
- Interés en recomendar a amigos el país
- Que otros países de la Región le gustaría visitar, Por que?

METODOLOGIA

A. PUBLICO OBJETIVO

Estuvo compuesto por turistas de ambos sexos que visitaron la Región, agrupados para efectos de la presente evaluación en turistas procedentes de Estados Unidos, Canadá, Alemania, Resto de Europa, Resto de América (se excluyen los residentes de la Región), turistas de Otros Continentes, siendo todos ellos entrevistados (al salir del país) en las salas de abordajes de cada uno de los aeropuertos internacionales de la Región.

B. METODO

Con base a información suministrada por Geprotur, del número de visitantes por país y su procedencia, se determinó el número de unidades muestrales a extraer de cada uno de los 6 grupos en que se clasificó el estudio. Definidos los turistas a entrevistar y partiendo de listados de vuelos, se procedió a levantar la información, basados en un formato de cuotas proporcional por sexo y grupos de edad. El control fue llevado por un supervisor de planta con experiencia, quien diariamente reportaba al coordinador general del proyecto su nivel de avance. Aleatoriamente se fueron entrevistando las personas hasta llegar a completar la cuota asignada para cada grupo de clasificación (USA, CANADA, ALEMANIA, RESTO DE EUROPA, RESTO DE AMERICA y OTROS CONTINENTES)

C. TAREA DE CAMPO

Fue desarrollada por 6 supervisores profesionales de planta de **bimsa** y 5 encuestadores bilingües locales, quienes recibieron entrenamiento del supervisor y del director del proyecto. El equipo trabajó entre 8 y 10 días en el aeropuerto levantando la información. Contaron con un cuestionario estructurado traducido al inglés, francés, italiano y alemán. En los casos en que el entrevistado no hablaba ni español ni inglés, se le autoadministró el cuestionario en su idioma.

D. MUESTRA

Se realizaron un total de 3000 entrevistas para toda la región, realizándose 500 por país, distribuidas proporcionalmente por sexo y edad y regionalizadas de forma proporcional al ingreso de turistas a cada uno de los países de la región Centroamericana, tal y como se observa:

MUESTRA SEGÚN PROCEDENCIA DEL TURISTA

	TOTAL	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
TOTAL	3000	1617	117	80	518	540	128
MIX	10.9	53.9	3.9	2.7	17.3	18.0	4.3
PANAMA	500	235	10	8	50	171	26
COSTA RICA	500	248	28	15	132	61	16
NICARAGUA	500	252	26	15	103	65	39
EL SALVADOR	500	354	12	9	42	70	13
HONDURAS	500	313	18	10	71	67	21
GUATEMALA	500	214	23	22	117	107	17

De acuerdo a los datos suministrados por ustedes los norteamericanos, representan el 53.9% de los turistas que ingresan en la región. Este comportamiento es uniforme en todos los países de la región, en segundo lugar se ubican los turistas europeos (resto de Europa más Alemania) y en tercer lugar las personas que viven en el resto de América.

COMENTARIO

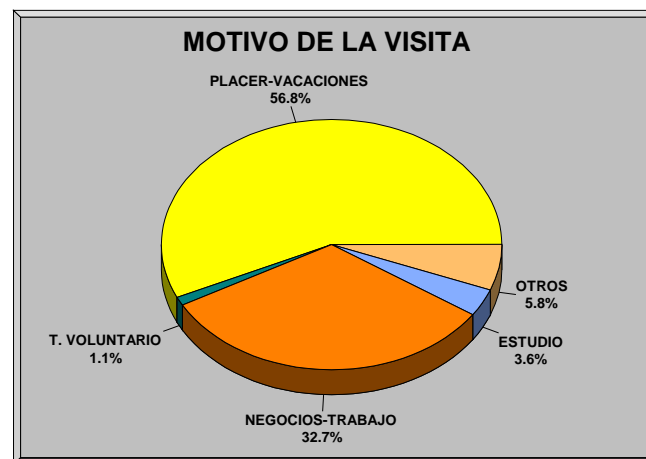
Es importante mencionar que en El Salvador un porcentaje cercano al 13% son ciudadanos norteamericanos; pero su país de nacimiento es El Salvador o bien son hijos o nietos de salvadoreños, todos ellos tenían más de 10 años de residir en Estados Unidos.

SINTESIS DE LOS PRINCIPALES RESULTADOS

Se presenta a continuación la síntesis de resultados de acuerdo a los objetivos planteados:

- **SECCION GENERAL – PERFIL DEL CONSUMIDOR**

1. Un 56.8% de los turistas visitaron la región centroamericana, lo hicieron por placer-vacaciones, en segundo lugar un 32.7% visitó la región en plan de negocios, un 3.6% por razones de estudio, un 1.1% por trabajo voluntario y un 5.9% por otros motivos. Los Alemanes y Europeos, visitaron la región principalmente por placer-vacaciones, mientras que los turistas procedentes del “grupo denominado “Otros” principalmente orientales, y los del Resto de América visitan el país por razones de negocios. En el cuadro que se muestra a continuación podemos observar los resultados de forma regionalizada.



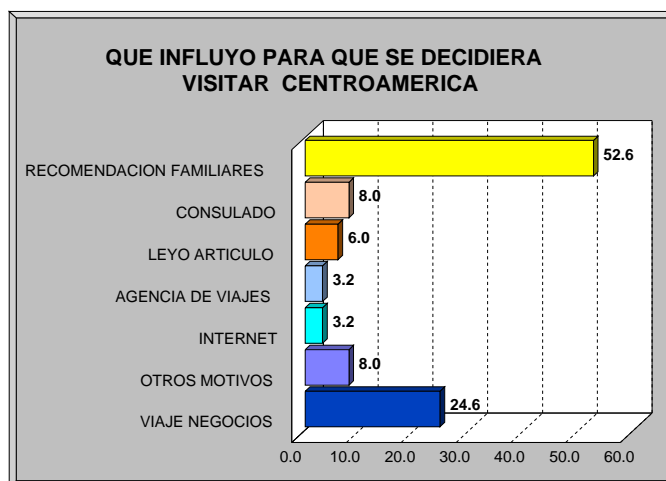
MOTIVO DEL VIAJE SEGÚN PROCEDENCIA DEL TURISTA A NIVEL REGIONAL

	USA	CANADA	ALEMAN	R. EURO	R. AMER	OTROS
BASE	1617	117	80	518	540	128
PLACER - VACACIONES	39.0	36.8	57.5	47.3	36.1	24.2
NEGOCIOS - TRABAJO	28.6	28.2	25.0	30.3	43.9	54.7
VISITA FAMILIARES - AMIGOS	19.5	23.9	7.5	12.5	14.8	14.1
OTROS MOTIVOS	8.2	3.4	2.5	3.7	3.1	2.3
ESTUDIO	3.8	3.4	6.3	3.9	2.0	3.9
TRABAJO VOLUNTARIO	0.8	4.3	1.3	2.3	0.0	0.8

Cuando se analizan los resultados por país, podemos observar que Costa Rica es el destino turístico a donde más personas llegan en viaje de placer-vacaciones, mientras que a Honduras y El Salvador son visitados más para hacer negocios que para vacacionar.

MOTIVO DEL VIAJE POR PAIS VISTADO - A NIVEL REGIONAL

	TOTAL	PANAMA	C. R.	NICARA	EL SALVA	HONDUR	GUATE	USA
BASE	3000	500	500	500	500	500	500	1617
PLACER - VACACIONES	39.7	44.6	58.5	33.0	23.0	31.4	47.8	39.0
NEGOCIOS - TRABAJO	32.7	28.6	17.6	35.0	41.4	42.8	30.6	28.6
VISITA FAMILIARES - AMIGOS	17.1	18.6	16.0	17.2	28.8	12.6	9.2	19.5
OTROS MOTIVOS	5.9	3.6	3.6	7.6	5.4	9.0	6.4	8.2
ESTUDIO	3.6	3.6	4.4	4.2	1.2	2.0	6.0	3.8
TRABAJO VOLUNTARIO	1.1	1.0	0.0	3.0	0.2	2.2	0.0	0.8



2. Por “**recomendación de amigos y/o familiares**” es la principal razón que motivó a los turistas a visitar la región, y en segundo lugar vinieron en plan de negocios, en tercer lugar con un menor nivel de importancia dijeron que vinieron al país motivados por un “artículo que leyó a cerca del país de centroamérica que visitaron y en cuarto lugar vinieron por recomendación de la embajada o el consulado. Es importante destacar que internet aún muestra un bajo nivel de importancia.

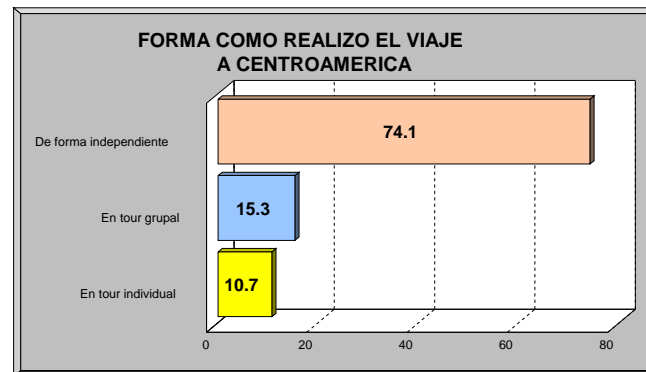
En los cuadros siguientes podemos observar el comportamiento, según país de procedencia de los turistas y según país en donde se realizó la encuesta. Como se nota el comportamiento es muy similar al total. En Panamá y Costa Rica es más marcado el hecho que vinieron por recomendación de amigos y familiares, mientras que en el resto de los países, su motivación a visitarlos fue para hacer negocios.

QUE O QUIEN INFLUYO PARA QUE DICIDIERA VISITAR CENTROAMERICA POR PAIS

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	EL SALVA	HOND.	GUAT.
BASE	3000	500	500	500	500	500	500
RECOMEN. AMIGOS Y/O FAMILIA	52.6	67.2	62.6	53.0	39.0	43.2	50.6
NEGOCIOS	24.6	8.6	9.6	30.4	43.6	26.4	29.0
LEYO ARTICULO DE ESTE PAIS	6.0	8.0	8.8	4.0	0.8	5.6	9.0
EMBAJADA O CONSULADO	4.2	5.2	3.6	8.0	2.6	2.8	3.0
SUGEREN.AGENCIA DE VIAJES	3.2	4.6	5.0	0.6	1.2	4.0	4.0
A TRAVES DE INTERNET	3.2	4.2	5.6	1.2	1.2	3.2	3.6
UN GUIA TURISTICO	2.1	2.2	3.4	0.4	0.4	2.4	3.6
OTROS	5.9	1.6	3.2	0.2	12.6	12.2	5.0

DESCRIPCION	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
BASE	1617	117	80	518	540	128
RECOMEN. AMIGOS Y/O FAMILIA	53.7	58.1	58.8	51.2	51.9	38.3
NEGOCIOS	22.2	22.2	18.8	23.9	31.1	35.9
LEYO ARTICULO DE ESTE PAIS	5.1	2.6	6.3	9.8	5.7	6.3
EMBAJADA O CONSULADO	3.5	7.7	5.0	5.0	3.5	8.6
SUGEREN.AGENCIA DE VIAJES	3.0	0.9	3.8	4.1	4.1	1.6
A TRAVES DE INTERNET	3.4	6.0		3.3	2.4	2.3
UN GUIA TURISTICO	2.1	0.9	3.8	2.7	1.7	0.8
OTROS	30.5	1.7	6.3	3.8	2.4	4.8

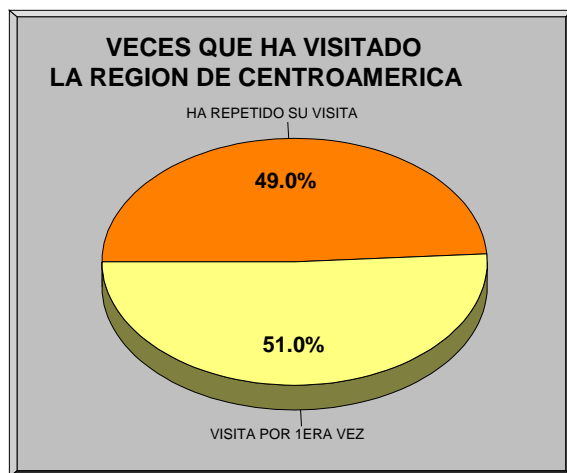
3. Un 74.1% de los turistas dijo que viajó de forma individual; o sea que él mismo hizo su itinerario, reservaciones y tomó sus decisiones, mientras que un 26.9% viajó en un tour grupal o viajó en un tour inividual. Este comportamiento es uniforme en todos los grupos de clasificación. Podemos observar a Panamá y a El Salvador es a donde más llegar turistas en tours



FORMA EN QUE REALIZO EL VIAJE EN LA REGION CENTROAMERICANA

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	EL SALVA	HOND.	GUAT.
BASE	3000	500	500	500	500	500	500
INDEPENDIENTE	74.1	60.8	74.0	89.4	64.8	81.0	74.4
TOUR EN GRUPO	15.3	27.6	19.8	4.6	16.0	12.0	11.6
TOUR INDIVIDUAL	10.7	11.6	6.2	6.0	19.2	7.0	14.0

DESCRIPCION	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
BASE	1617.0	117.0	80.0	518.0	540.0	128.0
INDEPENDIENTE	73.3	82.9	82.5	79.5	66.3	81.3
TOUR EN GRUPO	15.8	10.3	8.8	12.0	20.7	7.0
TOUR INDIVIDUAL	10.9	6.8	8.8	8.5	13.0	11.7



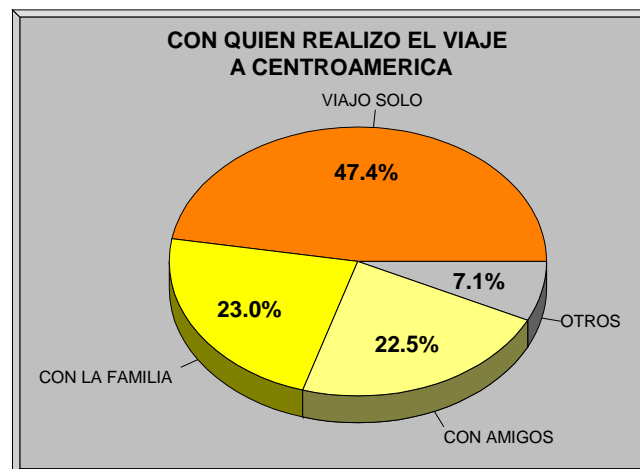
4. Un 49.0% de los turistas entrevistados por primera vez visitaban la Región Si observamos esta información por procedencia del entrevistados podemos ver que la mayor incidencia se da entre europeos, principalmente residentes en Alemania. Los norteamericanos son los que proporcionalmente más han repetido su visita. Cuando analizamos esta información por país en donde se realizó la entrevista, vemos que Costa Rica es el país de Centroamérica , que refleja con primera visita, mientras que El Salvador es el país en donde el turista más ha repetido su vista. Esto tiene su lógica que muchos de los norteamericanos que visitan este país son salvadoreños nacionalizados norteamericanos o canadienses

CUANTAS VECES HA VISITADO LOS PAISES DE LA REGION CENTROAMERICANA

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	EL SALVA	HOND.	GUAT.
BASE	3000	500	500	500	500	500	500
PRIMERA VEZ	51.0	53.4	59.4	49.6	30.6	51.0	62.0
DOS O MAS	49.0	46.6	40.6	50.4	69.4	49.0	38.0

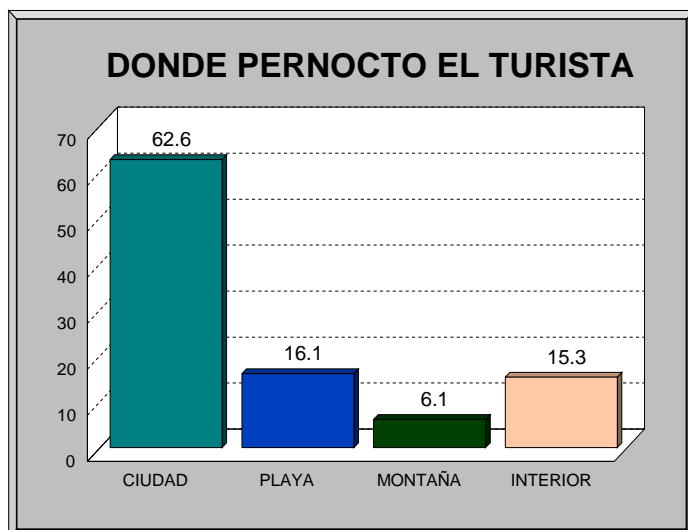
DESCRIPCION	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
BASE	1617	117	80	518	540	128
PRIMERA VEZ	47.0	49.6	60.0	61.0	50.90	57.80
DOS O MAS	53.1	50.4	40.0	39.0	49.10	42.20

5. El 44.7% de los turistas tienen el hábito de viajar solos, siendo esta hábito más marcado entre personas procedentes de otros continentes y entre canadienses. Mientras que los alemanes su costumbre es a viajar acompañados. A El Salvador y a Nicaragua es a donde llegan más turistas sólo, mientras que a Guatemala y a Costa Rica es en donde llegan más turistas acompañados o sea que viajan con amigos y.o familiares.



DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	EL SALVA	HOND.	GUAT.
BASE	3000	500	500	500	500	500	500
SOLO	47.4	46.2	40.0	52.8	64.2	42.4	38.8
CON AMIGOS	23.0	23.4	25.4	24.0	9.4	26.4	29.4
CON LA FAMILIA	22.5	27.2	30.0	15.4	20.2	19.4	22.8
OTROS	7.1	3.2	4.6	7.8	6.2	11.8	9.0

DESCRIPCION	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
BASE	1617	117	80	518	540	128
SOLO	44.7	57.3	40.0	47.1	51.5	60.9
CON AMIGOS	23.6	17.1	36.3	23.4	21.1	19.5
CON LA FAMILIA	24.3	18.8	16.3	22.4	21.9	10.2
OTROS	7.4	6.8	7.5	7.1	5.6	9.4



6. Como se mencionó no se hace un cálculo del número de noches que pernoctaron los turistas, debido a que se desconoce una serie de variables que se requieren para realizar un cálculo preciso, (si algún país desea que se le realice el cálculo debe suministrar la información y se le realizará) . Como se observa el hábito de pernoctar del turista a nivel regional nos indica que ellos permanecen la mayor parte del tiempo en la ciudad, en segundo lugar pernoctan en la playa y en tercer lugar en el interior del país. Lo mencionado es el hábito promedio, ya que cuando se analiza por país, existen diferencias marcadas, por ejemplo en Panamá y en El Salvador el turista se queda en la ciudad, en Costa Rica y Honduras pernoctan en la ciudad y en la playa principalmente, en Nicaragua y Guatemala, pernoctan en la ciudad y en el interior del país.

A NIVEL TOTAL REGIONAL

PERNOCTO EN ...	TOTAL	CIUDAD	PLAYA	MONTAÑA	INTERIOR
TOTAL REGIONAL	100.0	62.6	16.1	6.1	15.3
PANAMA	100.0	72.6	14.7	3.2	9.5
COSTA RICA	100.0	49.7	36.3	8.4	5.6
NICARAGUA	100.0	54.7	12.2	5.3	27.9
EL SALVADOR	100.0	73.3	6.7	5.5	14.5
HONDURAS	100.0	54.6	21.3	9.3	14.7
GUATEMALA	100.0	45.8	7.4	13.4	33.4

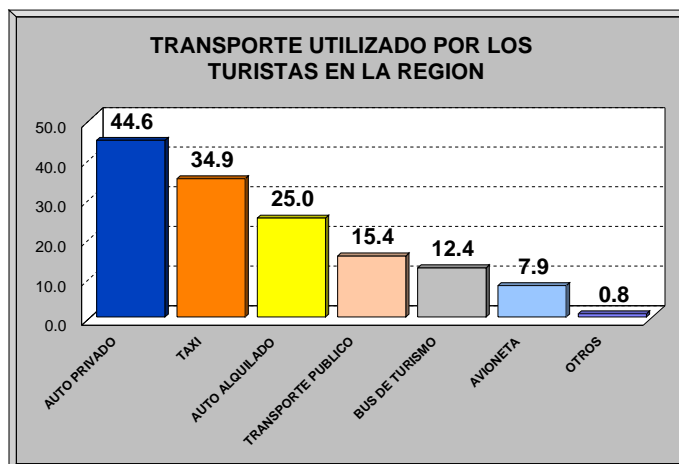
SOLO TURISTA VACACIONISTAS

CIUDAD	PLAYA	MONTAÑA	INTERIOR
56.6	18.3	7.7	17.4
70.2	16.8	3.5	9.4
44.8	40.4	8.8	6.0
48.8	14.4	6.5	30.3
69.2	7.0	6.1	17.7
43.6	31.4	13.2	11.8
41.0	8.7	14.9	35.4

Es importante destacar que el comportamiento del mercado total, versus sólo turistas vacacionistas es similar, o sea no existen diferencias significativas en cuanto al hábito de pernoctar, las diferencia son leves, salvo en el caso de Honduras, en donde el turista vacacionista pernocta más días en la playa que el promedio.

Cuando analizamos la información por lugar de procedencia del turista podemos observar que el turista procedente de Alemania, es quien distribuye mejor su estadía, está en la ciudad, va a la playa, pernocta en la montaña y visita el interior del país. El turista permanece más tiempo en la ciudad, luego pernocta en la playa, en el interior del país y sólo unos pocos pernocatan en la montaña quizás se deba a que estas están muy cerca en casi todos los países del área.

A NIVEL TOTAL REGIONAL						SOLO TURISTA VACACIONISTAS			
PERNOCTO EN ...	TOTAL	CIUDAD	PLAYA	MONTAÑA	INTERIOR	CIUDAD	PLAYA	MONTAÑA	INTERIOR
TOTAL REGIONAL	100.0	62.6	16.1	6.1	15.3	56.6	18.3	7.7	17.4
USA	100.0	60.0	16.5	6.9	16.5	56.1	18.9	7.7	17.2
CANADA	100.0	57.1	15.3	6.4	21.2	53.1	17.4	7.6	22.0
ALEMANIA	100.0	38.1	26.1	12.8	22.9	33.0	30.0	12.7	24.4
RESTO EUROPA	100.0	58.4	14.9	8.2	18.5	52.2	18.4	10.0	19.4
RESTO AMERICA	100.0	70.6	13.0	3.2	13.2	68.6	15.8	3.0	12.5
OTROS CONTINENTES	100.0	68.5	8.5	5.8	17.2	57.7	9.4	10.7	22.2

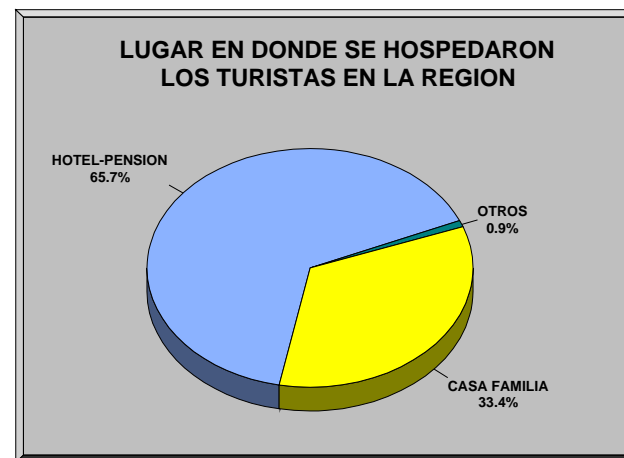


En cuanto al tipo de transporte utilizado por los turistas, tenemos que utilizaron durante su estadía 1.4 diferentes medios de transporte, siendo el auto privado el más utilizado, en segundo lugar el taxi y en tercer lugar el auto alquilado. En Panamá el medio de transporte más utilizado es el auto alquilado, en Costa Rica el taxi y en el resto de los países el auto privado ocupa el primer lugar. Es importante destacar que sólo en Guatemala y Costa Rica se usan de forma significativa los buses de turismo.

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	EL SALVA	HOND.	GUAT.
BASE	3000	500	500	500	500	500	500
AUTO PRIVADO	44.6	27.0	34.2	53.8	67.6	50.0	35.2
TAXI	34.9	35.8	41.4	29.4	28.4	40.0	34.4
AUTO ALQUILADO	25.0	36.6	40.0	22.6	7.8	20.6	22.2
TRANSPORTE PUBLICO	15.4	4.8	19.0	17.2	9.8	11.0	30.6
BUS DE TURISMO	12.4	7.0	23.0	4.4	2.4	5.0	32.4
AVIONETA	7.9	0.8	13.0	4.0	0.4	11.0	18.4
OTROS	0.8	1.2	0.2	0.6	0.4	0.8	1.8

DESCRIPCION	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
BASE	1617	117	80	518	540	128
AUTO PRIVADO	47.7	42.7	35.0	39.6	43.7	38.3
TAXI	35.2	30.8	45.0	35.3	33.9	31.3
AUTO ALQUILADO	23.6	24.8	22.5	24.3	30.6	22.7
TRANSPORTE PUBLICO	12.4	23.1	40.0	28.2	6.3	17.2
BUS DE TURISMO	10.8	12.8	22.5	19.7	9.3	9.4
AVIONETA	7.4	5.1	7.5	14.9	4.3	5.5
OTROS	0.8			1.8	0.6	

8. El 65.6% de los turistas indicaron que se hospedaron en un hotel- pensión; o sea que pagaron por su estadía, mientras que un 33.4% se hospedó en casa de familiares o amigos. En Nicaragua en donde más personas se hospedan en casas de familiares y amigos y en segundo lugar en El Salvador y en Guatemala es en donde proporcionalmente a la muestra utilizan hoteles para pernoctar.



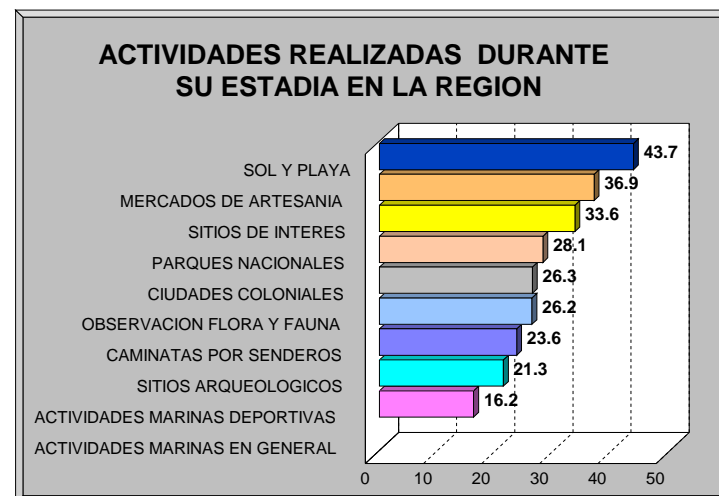
DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	EL SALVA	HOND.	GUAT.
BASE	3000	500	500	500	500	500	500
HOTEL-APARTO-PENSION	65.6	68.2	72.2	49.0	51.4	72.2	80.8
CASA-AMIGOS-FAMILIA	33.4	31.8	27.6	50.6	47.0	26.6	17.0
OTROS	0.9	0.0	0.2	0.4	1.6	1.2	2.2

DESCRIPCION	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
BASE	1617	117	80	518	540	128
HOTEL-APARTO-PENSION	62.3	64.1	76.3	69.3	70.9	64.8
CASA-AMIGOS-FAMILIA	36.9	35.9	23.8	29.2	28.0	34.4
OTROS	8.0	0.0	0.0	1.5	1.1	0.8

9. En cuanto a las actividades desarrolladas por los turistas, tenemos que la mayoría práctico actividades de Sol y playa, visitó mercados de artesanía, sitios de interes en la ciudad, parques nacionales, ciudades coloniales, observaron la flora y la fauna, realizaron caminatas por senderos y visitaron sitios arqueológicos.

En Panamá , las principales actividades que desarrollan los turistas son de “sol y playa” , visitaron sitios de interés en la ciudad, y mercados de artesanía.

En Costa Rica lo turistas lo que más realizan son actividades de sol y playa, visitas a parques nacionales, observación de flora y fauna y caminatas por senderos.



En Nicaragua la principal actividad realizada por los turistas es la de visitar ciudades coloniales, luego actividades de sol y playa y en tercer lugar visitas a parques nacionales.

En El Salvador y en Honduras, los turistas realizan actividades de sol y playa y visitas a mercados de artesanía.

En Guatemala, las actividades que más realizan los turistas son visitas a ciudades coloniales, sitios de interés en la ciudad y sitios arqueológicos.

**ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE SU
ESTADIA EN LA REGION CENTROAMERICANA**

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	EL SALVA	HOND.	GUAT.
BASE	3000	500	500	500	500	500	500
SOL Y PLAYA	43.7	55.6	62.2	42.0	35.0	40.2	27.0
VISITO MERCADOS DE ARTESANIA	36.9	41.6	35.6	25.0	30.8	30.4	58.2
VISITO SITIOS DE INTERES CIUDAD	33.6	49.4	28.1	36.8	8.4	25.0	53.2
PARQUES NACIONALES	28.1	25.8	49.4	37.2	7.0	12.0	37.2
CIUDADES COLONIALES	26.3	16.8	9.8	47.4	8.4	11.2	64.0
OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA	26.2	20.6	43.6	25.8	8.8	18.0	40.4
CAMINATAS POR SENDEROS	23.6	17.8	38.2	24.6	8.8	15.0	37.2
SITIOS ARQUEOLOGICOS	21.3	15.8	9.6	19.2	12.4	20.2	50.8
ACTIVIDADES MARINAS DEPORTIVAS	16.2	19.8	32.0	14.0	3.4	18.4	9.8
ACTIVIDADES MARINAS EN GENERAL	10.1	14.8	12.6	10.6	2.8	12.0	8.0
VISITO RESTAURANTES	68.8	76.4	71.8	50.6	73.8	65.4	74.8
REALIZO COMPRAS-VISITO MALLS	44.6	60.4	43.8	25.4	45.8	43.4	48.8
VISITO VARES Y DISCOTECAS	33.1	38.8	45.8	23.8	20.4	31.4	38.6

DESCRIPCION	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
BASE	1617	117	80	518	540	128
SOL Y PLAYA	44.5	53.8	47.5	47.3	39.1	26.6
VISITO MERCADOS DE ARTESANIA	33.0	35.0	42.5	41.9	46.3	25.8
VISITO SITIOS DE INTERES CIUDAD	30.4	30.8	50.0	37.6	36.3	38.3
PARQUES NACIONALES	24.1	30.8	43.8	40.7	27.6	18.0
CIUDADES COLONIALES	23.1	24.8	46.3	32.4	29.1	18.8
OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA	21.3	28.2	60.0	38.8	25.0	18.8
CAMINATAS POR SENDEROS	19.7	24.8	42.5	35.9	20.9	21.1
SITIOS ARQUEOLOGICOS	18.6	20.5	46.3	25.9	23.5	13.3
ACTIVIDADES MARINAS DEPORTIVAS	17.5	19.7	21.3	16.8	12.8	6.3
ACTIVIDADES MARINAS EN GENERAL	9.6	7.7	15.0	10.8	10.9	10.2
VISITO RESTAURANTES	69.6	69.2	55.0	65.8	74.1	56.3
REALIZO COMPRAS-VISITO MALLS	40.2	46.2	38.8	44.6	60.6	35.2
VISITO VARES Y DISCOTECAS	28.3	41.0	47.5	37.6	42.2	21.1

RESUMEN DEL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA REGION

En los cuadros siguientes podemos observar un perfil del turista que visita la región a nivel total, por país y según lugar de procedencia:

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	E. SAL	HONDU	GUATE	USA	CANAD	ALEMA	R EURO	R AMER	OTROS
BASE	3000	500	500	500	500	500	500	1617	117	80	518	540	128
MOTIVO DEL VIAJE													
PLACER-VACACIONES	39.7	44.6	58.4	33.0	23.0	31.4	47.8	39.0	36.8	57.5	47.3	36.1	24.2
NEGOCIOS-TRABAJO	32.7	28.6	17.6	35.0	41.4	42.8	30.6	28.6	28.2	25.0	30.3	43.9	54.7
A FAMILIARES-AMIGOS	17.1	18.6	16.0	17.2	28.8	12.6	9.2	19.5	23.9	7.5	12.5	14.8	14.1
OTROS MOTIVOS	5.9	3.6	3.6	7.6	5.4	9.0	6.4	8.2	3.4	2.5	3.7	3.1	2.3
ESTUDIOS	3.6	3.6	4.4	4.2	1.2	2.0	6.0	3.8	3.4	6.3	3.9	2.0	3.9
TRABAJO VOLUNTARIO	1.1	1.0		3.0	0.2	2.2		0.8	4.3	1.3	2.3		0.8
QUE INFLUYO													
RECOMEN. AMIGOS Y/O FAMILIA	52.6	67.2	62.6	53.0	39.0	43.2	50.6	53.7	58.1	58.8	51.2	51.9	38.3
NEGOCIOS	24.6	8.6	9.6	30.4	43.6	26.4	29.0	22.2	22.2	18.8	23.9	31.1	35.9
LEYO ARTICULO DE ESTE PAIS	6.0	8.0	8.8	4.0	0.8	5.6	9.0	5.1	2.6	6.3	9.8	5.7	6.3
EMBAJADA O CONSULADO	4.2	5.2	3.6	8.0	2.6	2.8	3.0	3.5	7.7	5.0	5.0	3.5	8.6
SUGEREN.AGENCIA DE VIAJES	3.2	4.6	5.0	0.6	1.2	4.0	4.0	3.0	0.9	3.8	4.1	4.1	1.6
A TRAVES DE INTERNET	3.2	4.2	5.6	1.2	1.2	3.2	3.6	3.4	6.0		3.3	2.4	2.3
UN GUIA TURISTICO	2.1	2.2	3.4	0.4	0.4	2.4	3.6	2.1	0.9	3.8	2.7	1.7	0.8
OTROS	2.1		0.2		7.4	3.0	1.8	3.0	1.7		1.4	0.7	
MISION CRISTIANA	1.6				4.0	4.6	0.8	2.5		1.3	0.6	0.4	0.8
AEROLINEA LE SUGIRIO EL VIAJE	0.8	1.2	1.0		0.8	1.0	1.0	7.0		2.5	1.0	0.7	1.6
SERVICIOS MEDICOS	0.7	0.4	1.2	0.2		2.0	0.2	8.0			0.6	0.4	1.6
ESTUDIOS	0.5		0.8		0.2	0.6	1.2	6.0		2.5	0.2	0.2	0.8
NO OPINO	0.2				0.2	1.0		4.0					
VECES QUE HA VENIDO													
PRIMERA VEZ	51.0	53.4	59.4	49.6	30.6	51.0	62.0	47.0	49.6	60.0	61.0	50.90	57.80
DOS O MAS	49.0	46.6	40.6	50.4	69.4	49.0	38.0	53.1	50.4	40.0	39.0	49.10	42.20
CON QUIEN VINO													
SOLO	47.4	46.2	40.0	52.8	64.2	42.4	38.8	44.7	57.3	40.0	47.1	51.5	60.9
CON AMIGOS	23.0	23.4	25.4	24.0	9.4	26.4	29.4	23.6	17.1	36.3	23.4	21.1	19.5
CON LA FAMILIA	22.5		30.0	15.4	20.2	19.4	22.8	24.3	18.8	16.3	22.4	21.9	10.2
OTROS	7.1	3.2	4.6	7.8	6.2	11.8	9.0	7.4	6.8	7.5	7.1	5.6	9.4

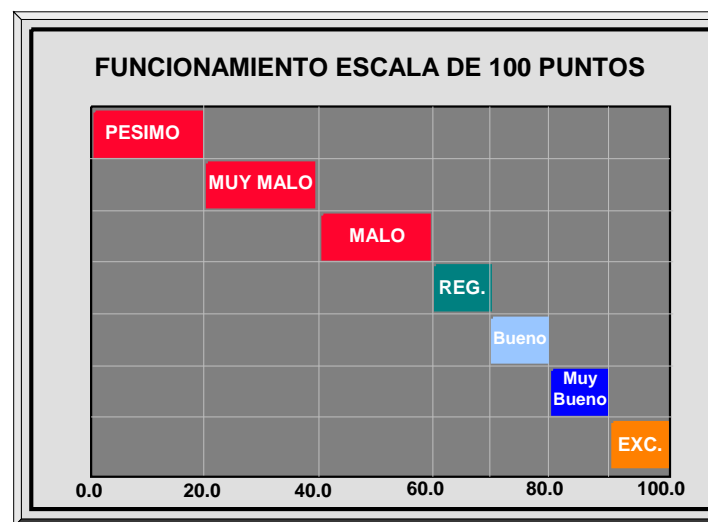
RESUMEN DEL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA REGION

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	E. SAL	HONDU	GUATE	USA	CANAD.	ALEMA	R EURO	R AMER	OTROS
DONDE PERNOCTO													
LA CIUDAD	62.6	72.6	49.7	54.7	73.3	54.6	45.8	60	57.1	38.1	58.4	70.6	68.5
LA PLAYA	16.1	14.7	36.3	12.2	6.7	21.3	7.4	16.5	15.3	26.1	14.9	13	8.5
LA MONTAÑA	6.1	3.2	8.4	5.3	5.5	9.3	13.4	6.9	6.4	12.8	8.2	3.2	5.8
EN EL INTERIOR DEL PAIS	15.3	9.5	5.6	27.9	14.5	14.7	33.4	16.5	21.2	22.9	18.5	13.2	17.2
DONDE SE HOSPEDO													
HOTEL-APARTO-PENSION	65.6	68.2	72.2	49.0	51.4	72.2	80.8	62.3	64.1	76.3	69.3	70.9	64.8
CASA-AMIGOS-FAMILIA	33.4	31.8	27.6	50.6	47.0	26.6	17.0	36.9	35.9	23.8	29.2	28.0	34.4
OTROS	0.9	0.0	0.2	0.4	1.6	1.2	2.2	8.0	0.0	0.0	1.5	1.1	0.8
TIPO DE TRANSPORTE QUE UTILIZO													
AUTO PRIVADO	44.6	27.0	34.2	53.8	67.6	50.0	35.2	47.7	42.7	35.0	39.6	43.7	38.3
TAXI	34.9	35.8	41.4	29.4	28.4	40.0	34.4	35.2	30.8	45.0	35.3	33.9	31.3
AUTO ALQUILADO	25.0	36.6	40.0	22.6	7.8	20.6	22.2	23.6	24.8	22.5	24.3	30.6	22.7
TRANSPORTE PUBLICO	15.4	4.8	19.0	17.2	9.8	11.0	30.6	12.4	23.1	40.0	28.2	6.3	17.2
BUS DE TURISMO	12.4	7.0	23.0	4.4	2.4	5.0	32.4	10.8	12.8	22.5	19.7	9.3	9.4
AVIONETA	7.9	0.8	13.0	4.0	0.4	11.0	18.4	7.4	5.1	7.5	14.9	4.3	5.5
OTROS	0.4			0.2	0.4	0.6	1.4	0.2			1.2	0.6	
MOTO ALQUILADA	0.4	1.2	0.2	0.4		0.2	0.4	0.6			0.6		
ACTIVIDADES QUE REALIZO													
SOL Y PLAYA	43.7	55.6	62.2	42.0	35.0	40.2	27.0	44.5	53.8	47.5	47.3	39.1	26.6
VISITO MERCADOS DE ARTESANIA	36.9	41.6	35.6	25.0	30.8	30.4	58.2	33.0	35.0	42.5	41.9	46.3	25.8
VISITO SITIOS DE INTERES CIUDAD	33.6	49.4	28.1	36.8	8.4	25.0	53.2	30.4	30.8	50.0	37.6	36.3	38.3
PARQUES NACIONALES	28.1	25.8	49.4	37.2	7.0	12.0	37.2	24.1	30.8	43.8	40.7	27.6	18.0
CIUDADES COLONIALES	26.3	16.8	9.8	47.4	8.4	11.2	64.0	23.1	24.8	46.3	32.4	29.1	18.8
OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA	26.2	20.6	43.6	25.8	8.8	18.0	40.4	21.3	28.2	60.0	38.8	25.0	18.8
CAMINATAS POR SENDEROS	23.6	17.8	38.2	24.6	8.8	15.0	37.2	19.7	24.8	42.5	35.9	20.9	21.1
SITIOS ARQUEOLOGICOS	21.3	15.8	9.6	19.2	12.4	20.2	50.8	18.6	20.5	46.3	25.9	23.5	13.3
ACTIVIDADES MARINAS DEPORTIVAS	16.2	19.8	32.0	14.0	3.4	18.4	9.8	17.5	19.7	21.3	16.8	12.8	6.3
ACTIVIDADES MARINAS EN GENERAL	10.1	14.8	12.6	10.6	2.8	12.0	8.0	9.6	7.7	15.0	10.8	10.9	10.2
VISITO RESTAURANTES	68.8	76.4	71.8	50.6	73.8	65.4	74.8	69.6	69.2	55.0	65.8	74.1	56.3
REALIZO COMPRAS-VISITO MALLS	44.6	60.4	43.8	25.4	45.8	43.4	48.8	40.2	46.2	38.8	44.6	60.6	35.2
VISITO VARES Y DISCOTECAS	33.1	38.8	45.8	23.8	20.4	31.4	38.6	28.3	41.0	47.5	37.6	42.2	21.1

NIVEL DE SATISFACCION DEL TURISTA QUE VISITA LA REGION

Para evaluar la imagen y el nivel de satisfacción del turista que visita la región, se trabajó con escalas de 4 y 10 puntos y atributos pre-establecidos. Para efectos del presente análisis los resultados se presentan a nivel de promedios ponderados en una escala de 100 puntos. La escala funciona de la siguiente manera:

- De 0 a 19 puntos = PESIMO
- De 20 a 39 puntos = MUY MALO
- De 40 a 59 puntos = MALO
- De 60 a 69 puntos = REGULAR
- De 70 a 79 puntos = BUENO
- De 80 a 89 puntos = MUY BUENO
- De 90 a 100 puntos = EXCELENTE

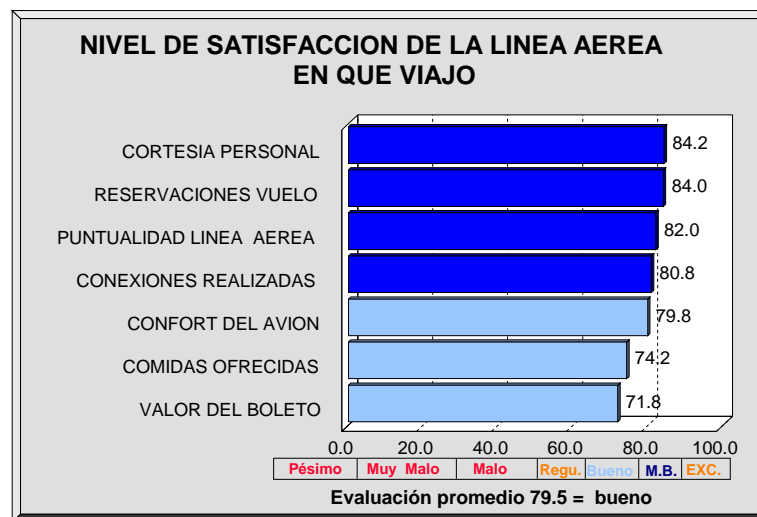


Con el objetivo de tener un mejor diagnóstico de cómo nos perciben los turistas, la evaluación se realizó por áreas: Línea Aérea, Servicio en aduanas y migración, Hotel, Restaurante, Sitios de interés visitados, Infraestructura del país, imagen y seguridad ciudadana.

● **NIVEL DE SATISFACCION DE LA LINEA AEREA EN QUE VIAJO**

Fueron evaluados 7 items y los resultados a nivel promedio nos indican que el nivel de satisfacción de los turistas es **BUENO**, al obtenerse un promedio en la escala de **79.5**

Podemos observar que 4 items fueron evaluados como **MUY BUENOS** por los turistas (cortesía del personal a bordo, calidad en reservaciones, puntualidad, calidad de las conexiones y puntualidad de la línea aérea. Tres ítemes fueron evaluados como **BUENOS**, confort del avión, valor del boleto y las comidas que le ofrecieron a bordo.



En el cuadro que se muestra a continuación podremos observar el nivel de satisfacción, según el país en donde se levantó la encuesta, los comportamientos son bastante similares al promedio.

NIVEL DE SATISFACCION DE LA LINEA AREA EN QUE VIAJO EN CENTROAMERICA
(datos en promedios ponderados en escala de 100 puntos)

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICARA	EL SALVA	HONDU	GUATE
PROMEDIO TOTAL	79.5	83.9	79.9	78.5	79.1	78.8	77.0
CORTESIA PERSONAL	84.2	86.2	84.0	83.6	84.4	84.0	82.4
RESERVACIONES VUELO	84.0	86.2	83.6	84.2	83.6	83.4	82.6
PUNTUALIDAD LINEA AEREA	82.0	84.0	80.6	84.4	81.0	81.6	79.8
CONEXIONES REALIZADAS	80.8	85.0	80.8	80.4	81.4	79.6	77.8
CONFORT DEL AVION	79.8	86.2	79.0	78.8	79.8	78.4	77.2
COMIDAS OFRECIDAS	74.2	81.0	75.6	71.8	73.8	74.8	68.8
VALOR DEL BOLETO	71.8	78.4	75.8	66.6	69.4	70.0	70.4

En este cuadro se muestra el nivel de satisfacción hacia la línea aérea en que viajaron, los resultados son similares a lo descrito a nivel total.

NIVEL DE SATISFACCION DE LA LINEA AEREA EN QUE VIAJO EN CENTROAMERICA

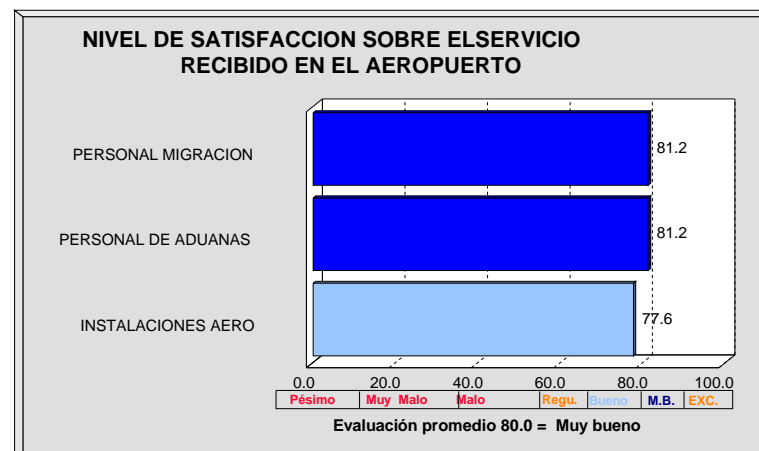
(datos en promedios ponderados en escala de 100 puntos)

DESCRIPCION	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
PROMEDIO TOTAL	80.7	81.5	75.4	75.6	80.2	78.6
CORTESIA PERSONAL	85.2	85.2	81.2	79.8	85.2	83.8
RESERVACIONES VUELO	84.4	84.8	82.0	81.6	85.0	82.6
PUNTUALIDAD LINEA AEREA	82.8	83.8	77.2	79.2	81.8	82.0
CONEXIONES REALIZADAS	82.2	81.6	75.6	77.0	81.2	80.8
CONFORT DEL AVION	81.0	83.2	73.6	74.8	81.6	80.0
COMIDAS OFRECIDAS	75.8	77.2	71.2	69.6	75.0	70.8
VALOR DEL BOLETO	73.4	74.4	67.2	67.4	71.8	70.2

- ### NIVEL DE SATISFACCION SOBRE EL SERVICIO RECIBIDO EN LOS AEROPUERTOS DE LA REGION

Fueron evaluados 3 items y los resultados a nivel promedio nos indican que el nivel de satisfacción de los turistas es **MUY BUENO**, al obtenerse un promedio en la escala de **80.0**

Podemos observar que 2 items fueron evaluados como **MUY BUENOS** por los turistas (trato recibido en migración y en aduanas). Mientras que las instalaciones del aeropuerto fueron consideradas como **BUENAS**.



En los cuadros que se muestran podemos observar que el servicio en Panamá, Costa Rica, y El Salvador fueron evaluados como muy buenos, mientras que el nivel de satisfacción en Nicaragua, Guatemala y Honduras fue considerado como bueno:

NIVEL DE SATISFACCION SOBRE EL TRATO RECIBIDO EN EL AEROPUERTO

(datos en promedios ponderados en escala de 100 puntos)

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICARA	EL SALVA	HONDU	GUATE
PROMEDIO TOTAL	80.00	80.93	80.93	78.67	85.20	75.87	78.40
PERSONAL MIGRACION	81.20	80.60	82.00	80.00	84.60	78.80	81.00
PERSONAL DE ADUANAS	81.20	80.80	81.80	80.40	84.80	78.60	80.40
INSTALACIONES AERO	77.60	81.40	79.00	75.60	86.20	70.20	73.80

Los turistas procedentes de Estados Unidos, y del resto de América evalúan el trato en el aeropuerto como muy bueno, mientras que europeos, alemanes y canadienses y personas procedentes de otros continentes lo evalúan como bueno.

NIVEL DE SATISFACCION SOBRE EL TRATO RECIBIDO EN EL AEROPUERTO

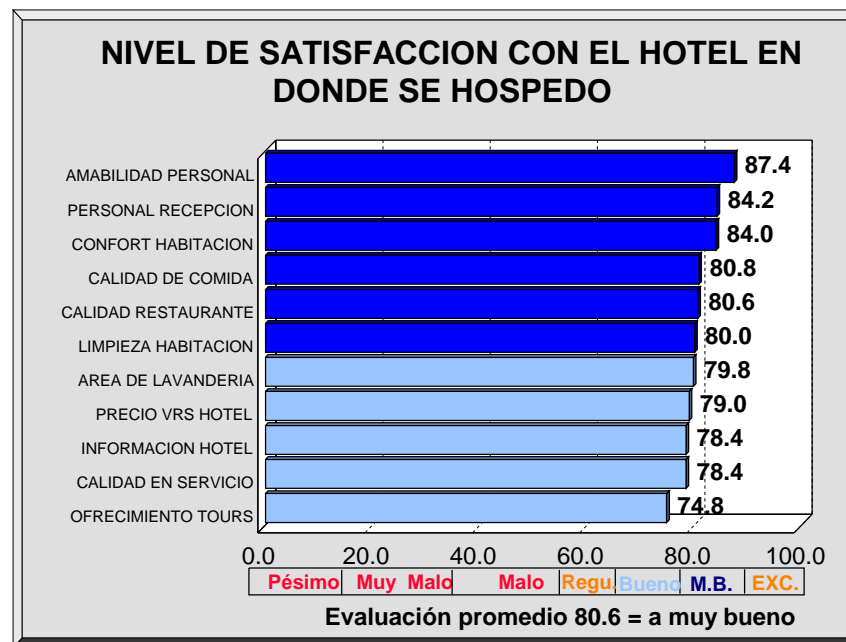
(datos en promedios ponderados en escala de 100 puntos)

DESCRIPCION	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
PROMEDIO TOTAL	81.27	79.80	74.80	76.27	81.40	76.33
PERSONAL MIGRACION	82.40	81.20	76.80	78.00	82.40	76.80
PERSONAL DE ADUANAS	82.40	80.40	77.00	77.60	82.40	77.80
INSTALACIONES AERO	79.00	77.80	70.60	73.20	79.40	74.40

- **NIVEL DE SATISFACCION HACIA EL HOTEL EN DONDE SE HOSPEDO EN LA REGION**

Para medir el nivel de satisfacción del servicio ofrecido por los hoteles, fueron evaluados 11 items, 2 orientados a evaluar el hotel como tal, 7 orientados a evaluar el servicio al cliente y 2 a evaluar la calidad del producto recibido en relación al hotel y a la calidad del servicio. Los resultados nos indican que los turistas están muy satisfechos con el servicio recibido, al obtenerse un promedio general de 80.6%, que es igual a que el servicio es MUY BUENO.

De los 11 atributos evaluados, 6 fueron evaluados como MUY BUENOS BUENOS, sobresaliendo la amabilidad del personal que les brindó el servicio y 5 fueron evaluados como BUENOS.



En Panamá, Costa Rica y El Salvador, el nivel promedio de satisfacción fue considerado como muy bueno, mientras que en Guatemala, Honduras y Nicaragua fueron considerados como buenos. Es importante destacar que los más exigentes son los europeos y personas de otros continentes, quienes consideraron este ítem como bueno, tal y como se observa en la hoja siguiente:

**NIVEL DE SATISFACCION CON LOS HOTELES
DONDE SE HOSPEDO EN LA REGION
(DATOS EN PROMEDIOS PONDERADOS EN ESCALA DE 100 PUNTOS)**

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICARA	EL SALVA	HONDU	GUATE
PROMEDIO TOTAL	80.67	82.64	81.33	77.58	85.24	79.64	78.65
AMABILIDAD PERSONAL	87.40	86.00	86.60	87.40	92.00	87.60	87.00
PERSONAL RECEPCION	84.20	86.00	82.60	83.00	90.40	83.40	81.80
CONFORT HABITACION	84.00	87.40	82.20	81.60	90.00	83.20	82.00
CALIDAD DE COMIDA	80.80	84.20	81.20	80.00	85.00	78.60	77.20
CALIDAD RESTAURANTE	80.60	83.80	80.60	80.00	84.80	78.60	77.80
LIMPIEZA HABITACION	80.00	82.60	83.80	78.00	75.60	80.00	79.00
AREA DE LAVANDERIA	79.80	82.80	78.40	78.00	90.20	78.40	76.00
PRECIO VRS HOTEL	79.00	81.00	79.00	74.20	83.00	77.80	79.20
INFORMACION HOTEL	78.40	78.40	81.20	76.00	85.20	77.40	75.60
CALIDAD EN SERVICIO	78.40	81.40	79.40	74.20	80.80	76.80	77.80
OFRECIMIENTO TOURS	74.80	75.40	79.60	61.00	80.60	74.20	71.80

**NIVEL DE SATISFACCION CON LOS HOTELES
DONDE SE HOSPEDO EN LA REGION
(DATOS EN PROMEDIOS PONDERADOS EN ESCALA DE 100 PUNTOS)**

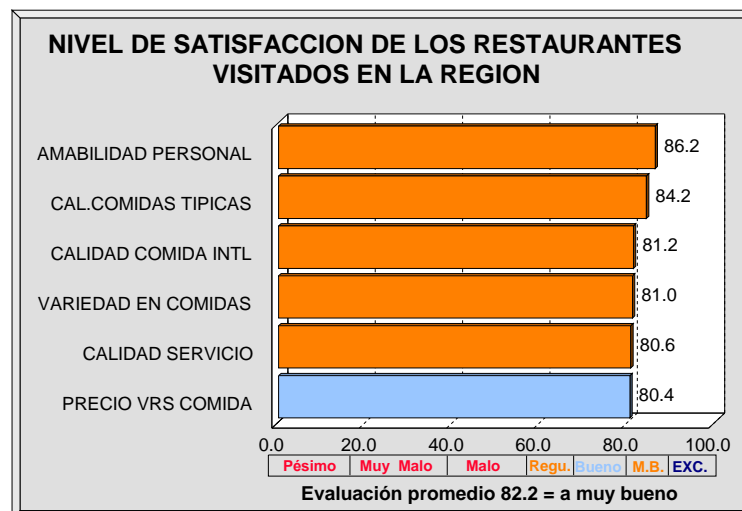
DESCRIPCION	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
PROMEDIO TOTAL	81.85	83.04	74.44	75.82	83.40	77.69
AMABILIDAD PERSONAL	88.20	90.80	84.40	83.80	89.60	83.80
PERSONAL RECEPCION	85.20	85.00	78.60	79.60	86.80	81.00
CONFORT HABITACION	84.80	83.80	75.60	78.80	88.60	82.80
CALIDAD DE COMIDA	82.00	82.80	72.80	75.60	83.40	78.60
CALIDAD RESTAURANTE	82.20	82.40	71.20	74.60	83.80	77.40
LIMPIEZA HABITACION	79.60	83.40	76.20	75.40	84.60	83.40
AREA DE LAVANDERIA	80.60	81.60	72.20	75.60	84.40	75.20
PRECIO VRS HOTEL	80.20	82.40	75.00	73.20	81.40	76.20
INFORMACION HOTEL	79.80	79.80	71.20	74.80	80.80	73.60
CALIDAD EN SERVICIO	80.20	83.80	74.20	72.20	80.20	74.40
OFRECIMIENTO TOURS	77.60	77.60	67.40	70.40	73.80	68.20

● **NIVEL DE SATISFACCION SOBRE LOS RESTAURANTES QUE VISITO**

Fueron evaluados 6 items y los resultados a nivel promedio nos indican que el nivel de satisfacción de los turistas es **MUY BUENO**, al obtenerse un promedio en la escala de **82.2**.

Podemos observar que los 6 items fueron evaluados como **MUY BUENOS** por los turistas.

En esta área el comportamiento es muy similar en todos los países evaluados. Los europeos evalúan el servicio como bueno, son más exigentes que los turistas del resto de los países.



NIVEL DE SATISFACCION DE LOS RESTAURANTES QUE VISITO

(datos en promedios ponderados en escala de 100 puntos)

DESCRIPCION	TOTAL	PAIS EN DONDE SE REALIZO LA ENTREVISTA						LUGAR DE RESIDENCIA DEL ENTREVISTADO					
		PANAMA	C. RICA	NICARA	EL SALVA	HONDU	GUATE	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
PROMEDIO TOTAL	82.3	84.5	81.3	82.1	84.9	80.5	80.9	83.4	84.7	79.3	77.9	83.4	80.8
AMABILIDAD PERSONAL	86.2	85.2	85.6	86.4	90.2	84.4	85.6	87.2	88.6	85.4	83.6	85.8	83.8
CAL.COMIDAS TIPICAS	84.2	86.4	81.2	87.0	89.4	81.2	81.6	85.2	87.0	81.4	80.0	85.2	83.0
CALIDAD COMIDA INTL	81.2	85.4	80.0	82.2	81.8	79.6	79.0	82.0	82.4	76.0	77.4	83.6	80.6
VARIEDAD EN COMIDAS	81.0	86.0	79.2	81.8	84.2	78.8	77.2	82.2	83.6	76.2	75.2	83.6	81.8
CALIDAD SERVICIO	80.6	81.8	81.4	77.4	81.8	79.4	81.2	82.2	83.2	79.2	76.0	80.6	76.8
PRECIO VRS COMIDA	80.4	82.4	80.6	77.6	81.8	79.4	80.8	81.8	83.6	77.6	75.4	81.6	78.6

● **NIVEL DE PERCEPCION SOBRE LA IMAGEN Y LA SEGURIDAD CIUDADANA**

Fueron evaluados 5 items y los resultados a nivel promedio nos indican que el nivel de satisfacción de los turistas es **REGULAR**, al obtenerse un promedio en la escala de **65.1**.

Cuando analizamos la información por país podemos observar que Panamá y Costa Rica son evaluados como **BUENOS**, mientras que Nicaragua, Guatemala, y Honduras son evaluados como **REGULARES** y El Salvador como **MALO**.

Por grupos de clasificación los turistas del resto de América consideran en este ítem a la Región como buena, mientras el resto la consideran regular

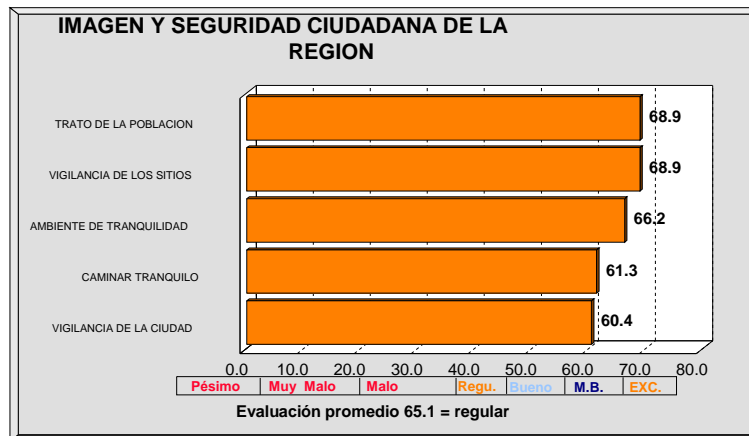


IMAGEN Y SEGURIDAD CIUDADANA EN LA REGION

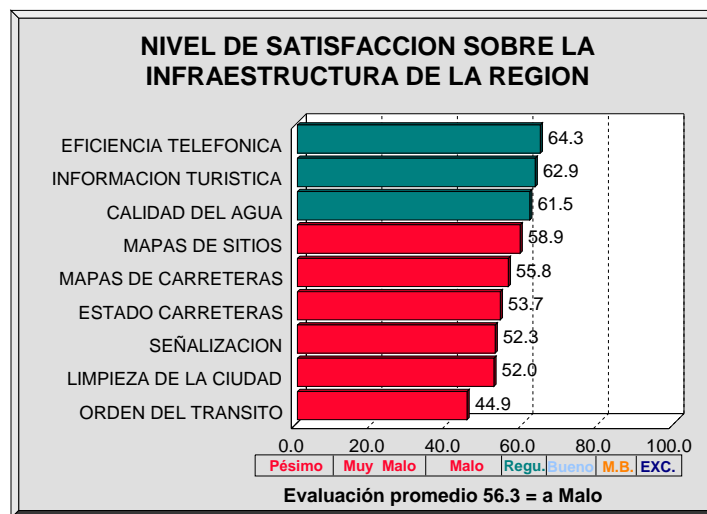
(datos en promedios ponderados en escala de 100 puntos)

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICARA	EL SALVA	HONDU	GUATE	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
PROMEDIO TOTAL	65.1	79.6	72.6	63.7	52.5	60.2	60.8	64.5	65.4	63.1	61.5	70.6	66.1
TRATO POBLACION	68.9	79.6	74.5	67.7	56.7	64.9	66.8	68.6	69.9	68.5	65.6	73.0	67.6
VIGILANCIA SITIOS	68.9	79.6	74.5	67.7	56.7	64.9	66.8	68.6	69.9	68.5	65.6	73.0	67.6
AMB. TRANQUILIDAD	66.2	81.2	74.0	67.5	53.1	61.1	60.4	65.6	66.2	61.4	61.7	72.5	69.1
CAMINAR TRANQUILO	61.3	79.3	71.4	59.2	47.0	55.7	55.1	60.0	62.5	58.6	57.5	68.6	64.7
VIGILANCIA CIUDAD	60.4	78.4	68.8	56.3	49.2	54.2	54.7	59.6	58.6	58.7	57.0	66.1	61.5

● **NIVEL DE PERCEPCION SOBRE LA INFRAESTRUCTURA DE LA REGION**

A nivel de infraestructura es en donde la región obtiene la más baja evaluación, el promedio ponderado nos indica que la percepción del turista es igual a MALO. De los 9 ítems evaluados 3 son considerados REGULARES y 6 son considerados MALOS, siendo el orden vial el que obtiene la más baja evaluación.

En este ítem Panamá es considerado regular y el resto de los países de la Región son considerados como malos. Sólo las personas del resto de América consideran como regular la infraestructura de la Región, el resto la consideran como mala.



NIVEL DE PERCEPCION SOBRE LA INFRAESTRUCTURA DE LA REGION

(datos en promedios ponderados en escala de 100 puntos)

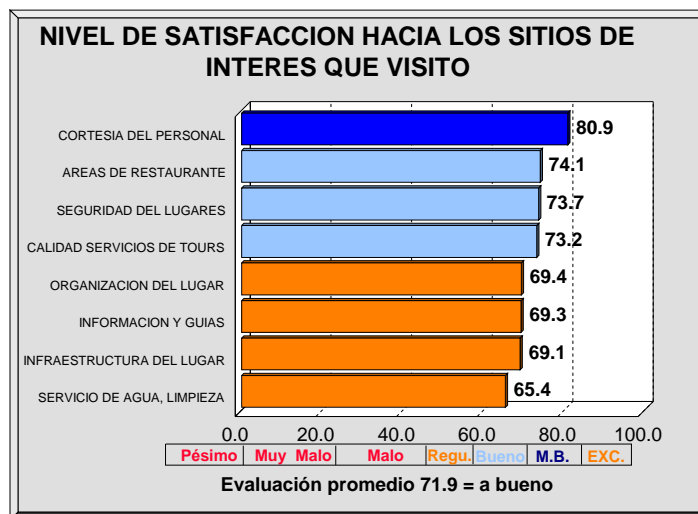
DESCRIPCION	PAIS EN DONDE SE REALIZO LA ENTREVISTA							LUGAR DE RESIDENCIA DEL ENTREVISTADO					
	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICARA	EL SALVA	HONDU	GUATE	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
PROMEDIO TOTAL	56.3	66.4	59.3	48.4	56.8	49.3	55.2	56.1	54.4	50.5	51.9	62.0	56.8
EFICIENCIA TELEFONICA	64.3	80.4	61.6	60.1	72.2	52.1	59.0	63.4	61.2	59.7	59.8	72.0	66.2
INFORMACION TURISTICA	62.9	67.4	67.6	48.9	62.0	57.7	64.7	63.6	60.6	61.5	59.3	65.7	60.5
CALIDAD DEL AGUA	61.5	83.7	69.5	62.8	56.7	43.0	51.8	59.2	61.6	54.1	58.2	72.5	62.6
MAPAS DE SITIOS VISITADO	58.9	62.4	62.8	46.9	59.0	54.1	61.8	59.2	56.3	58.6	56.1	61.2	60.4
MAPAS DE CARRETERAS	55.8	61.9	59.4	43.6	61.4	49.7	56.5	56.4	53.4	50.0	51.7	59.2	57.8
ESTADO DE CARRETERAS	53.7	63.5	49.3	45.7	54.4	50.8	58.5	53.9	52.0	45.4	47.3	60.6	54.4
SEÑALIZACION DEL PAIS	52.3	60.4	51.0	44.7	54.7	47.5	55.5	53.2	50.8	45.3	45.8	57.5	51.1
LIMPIEZA DE LA CIUDAD	52.0	66.0	60.3	39.5	50.6	46.9	48.7	51.5	49.0	42.9	47.7	59.8	52.2
ORDEN DEL TRANSITO	44.9	52.0	51.8	43.1	39.9	41.7	40.6	44.8	44.7	37.3	41.0	49.4	46.1

● **NIVEL DE SATISFACCION HACIA LOS CENTROS DE INTERES QUE VISITO**

El nivel de satisfacción hacia los sitios de interés que visitaron los turistas fue considerado a nivel regional como BUENO. De los 8 items evaluados 1 fue considerado como MUY BUENO (la cortesía del personal), 3 como BUENOS y 4 como REGULARES.

Cuando observamos la información por país podemos observar que Honduras y Nicaragua son evaluados como regulares y el resto de los países con considerados como buenos.

La procedencia de las evaluaciones de REGULAR, viene principalmente de los grupos de alemanes, Resto de Europa y Otros continentes.

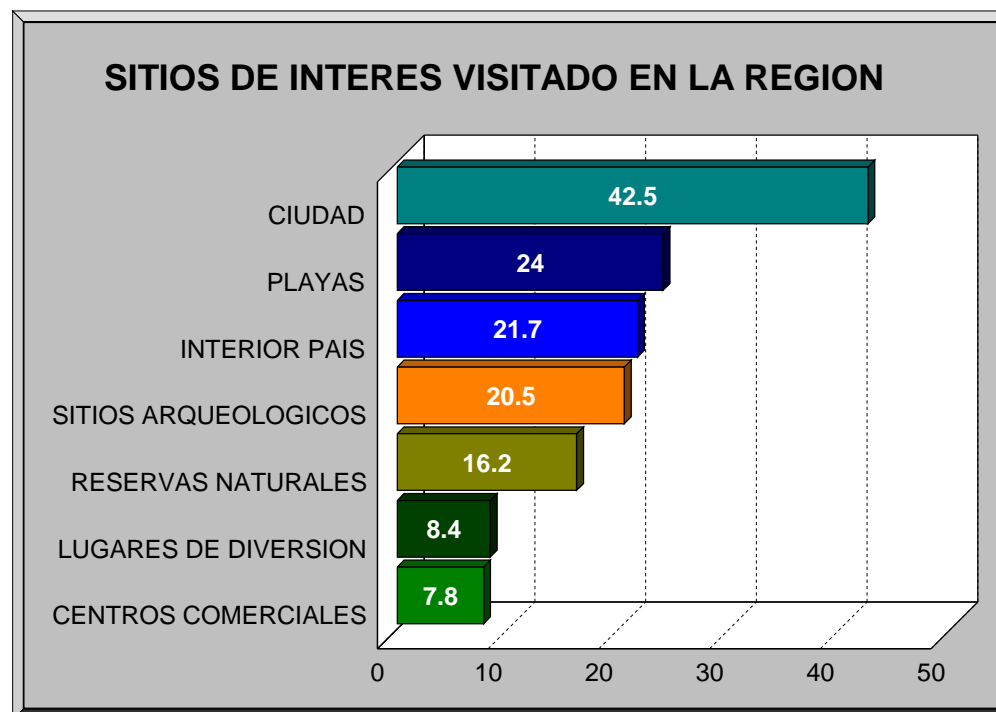


NIVEL DE SATISFACCION HACIA LOS SITIOS DE INTERES VISITADOS EN LA REGION CENTROAMERICANA

(datos en promedios ponderados en escala de 100 puntos)

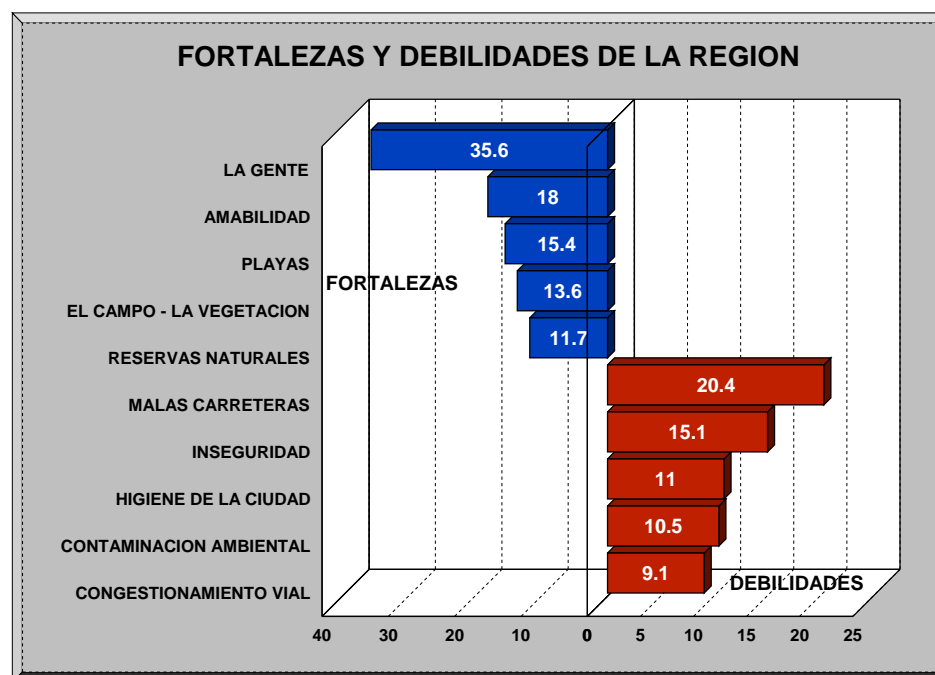
DESCRIPCION	TOTAL	PAIS EN DONDE SE REALIZO LA ENTREVISTA						LUGAR DE RESIDENCIA DEL ENTREVISTADO					
		PANAMA	C. RICA	NICARA	EL SALVA	HONDU	GUATE	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
PROMEDIO TOTAL	71.9	77.2	74.0	68.3	70.8	68.5	70.4	72.1	72.6	68.7	68.1	76.1	68.5
CORTESIA PERSONAL	80.9	79.8	79.0	81.3	84.8	80.3	81.5	81.2	81.7	79.7	77.7	84.1	77.3
AREAS RESTAURANTE	74.1	80.0	74.4	70.8	75.3	71.7	72.4	74.6	73.9	69.4	69.5	78.6	71.2
SEGURIDAD LUGARES	73.7	78.6	76.1	73.5	69.0	72.4	70.7	74.2	73.5	72.7	70.4	77.1	66.3
CALIDAD SERV. TOURS	73.2	73.8	74.1	71.1	72.4	72.1	71.9	74.9	75.7	70.5	71.1	72.3	62.9
ORGANIZACION LUGAR	69.4	78.0	71.5	64.4	70.0	64.6	67.6	68.8	70.6	66.0	64.7	75.6	70.4
INFORMACION Y GUIAS	69.3	72.9	75.4	58.1	61.5	67.3	70.2	69.8	69.2	68.5	66.5	71.9	64.7
INFRAESTRUCTURA	69.1	78.9	70.0	64.3	70.8	63.1	67.5	68.6	70.4	65.6	63.8	75.4	70.7
SERV. AGUA, LIMPIEZA	65.4	75.9	71.3	62.9	62.8	56.6	61.1	64.4	65.5	57.5	61.1	73.8	64.6

Los turistas durante su estadía , cuando se les preguntó que lugares o sitios de interés visitaron nos indicaron que estuvieron principalmente en la ciudad, en las playas, en el interior del país, visitaron sitios arqueológicos, reservas naturales , lugares diversión y centros comerciales principalmente, tal y como se observa en el gráfico.



- **ANALISIS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA REGION**

De acuerdo a los resultados de esta evaluación podemos concluir que las malas carreteras, la inseguridad, la higiene y la contaminación son las principales debilidades que tiene la Región Centroamericana, mientras que su gente, el trato amable, sus playas, su vegetación y reservas naturales son sus principales fortalezas.



QUE ES LO QUE MAS LE GUSTO DEL PAIS QUE VISITO

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	EL SALVA	HOND.	GUAT.
BASE	3000	500	500	500	500	500	500
LA GENTE	35.6	18.0	33.8	49.2	42.2	30.8	39.4
TRATO,AMABILIDAD DE LA GENTE	18.0	17.2	7.4	8.0	18.4	23.0	34.0
PLAYAS	15.4	26.2	21.2	15.8	9.2	17.8	2.4
EL CAMPO,VEGETACION,PAISAJE	13.6	5.6	14.4	21.0	13.2	10.6	16.6
RESERVAS NATURALES	11.7	7.4	26.4	11.2	3.6	7.4	14.2
BUEN CLIMA-TIEMPO	4.6	3.6	5.0	3.8	6.8	4.2	4.4
LUGARES DE DIVERSION	4.3	11.8	4.0	1.4	3.0	2.8	2.8
PRECIOS RAZONABLE PARA COMPRAR	4.3	9.2	1.0	3.0	4.8	3.6	4.2
LAS CIUDADES ARQUEOLOGICAS	4.0	1.4		0.8	0.8	6.4	14.6
QUE EL PAIS PROGRESA	3.7	4.8	2.0	2.0	4.2	3.0	6.2
TODO LE GUSTO	3.4	2.2	2.4	2.8	8.8	3.6	0.8
LA CIUDAD	2.8	8.2	1.0	2.4	1.0	2.4	1.6
LAS COMIDAS	2.7	4.0	1.4	2.4	6.0	1.0	1.6
OTRAS RAZONES	4.2	5.6	4.0	3.8	2.6	3.0	6.8
NO SABE/NO OPINO	2.9	0.6	1.8	1.4	2.8	10.6	

QUE FUE LO QUE MAS LE DISGUSTO DURANTE SU VISITA A LA REGION CENTROAMERICANA

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	EL SALVA	HOND.	GUAT.
BASE	3000	500	500	500	500	500	500
NADA TODO LE GUSTO	6.6	4.6	8.8	1.2	11.6	9.2	4.2
MALAS CARRETERAS	20.4	20.4	46.8	12.8	12.0	16.0	14.6
LA INSEGURIDAD	15.1	1.8	8.2	10.2	29.8	18.0	22.8
LA HIGIENE DE LA CIUDAD	11.0	11.2	2.8	20.6	9.6	10.0	11.8
LA CONTAMINACION	10.5	6.2	0.6	7.2	8.2	12.6	22.8
CONGESTIONAMIENTO VIAL	9.1	16.6	3.0	5.0	13.2	7.8	8.8
LA POBREZA	7.5	1.8	0.6	25.0	5.0	5.8	6.8
NO LE GUSTO LA GENTE-EL TRATO	5.7	10.0	5.0	3.8	5.4	3.8	6.2
FOMENTAR TURISMO-INFORMACION	3.2	5.2	1.4	3.6	2.4	5.2	1.2
ZONAS TURISTICAS-RESER NATUR	3.1	9.4	2.0	3.4	0.8	1.6	1.6
PRECIOS MUY ALTOS	2.9	3.4	4.2	2.2	0.8	2.8	3.8
INFRAESTRUCTURA EN GENERAL	2.4	3.2	0.4	3.8	2.2	3.2	1.6
LUGARES DE DIVERSSION	2.3	3.4	1.8	3.8	0.8	0.8	3.4
ACSECIBILIDAD TELEFONICA	1.3	0.8	1.8	1.4	1.0	1.6	1.0
SEERVICIO DEL AEROP-AEROP	1.2	1.2	1.4	1.6	0.8	1.2	1.2
LA CIUDAD	1.1	2.6	1.4	1.0	0.2	0.2	1.2
SERVICIO DE TRANSPORTE	0.7	0.4	0.2	0.4	1.0	0.6	1.6
POLITICA SOCIAL	0.2	0.4		0.8			
NO EXISTE NINGUN ATRACTIVO	0.2		0.4	0.2		0.4	
OTRAS RAZONES	0.3		0.4	0.4		0.4	0.6
NO SABE/NO OPINA	7.8	4.8	8.4	5.2	9.0	17.2	2.4

Cuando se le pregunta a los turistas que debe mejorar la Región ellos indican o enfocan que debe mejorarse las carreteras, la higiene de la ciudad y brindar seguridad al turista, siendo estos los principales problemas a resolver en la Región. En Panamá el problema son las carreteras, la higiene de la ciudad, y la mala información que brindan. En Costa Rica, se concentra casi el 50% de las menciones en que debe arreglar sus carreteras. En Nicaragua dicen que debe mejorar las carreteras, el proyecto social y la higiene de la ciudad, En El Salvador la seguridad al turista, las carreteras y la higiene de la ciudad, son los principales aspectos a mejorar, Honduras dicen que debe mejorar carreteras, seguridad para el turista, y la higiene de la ciudad.

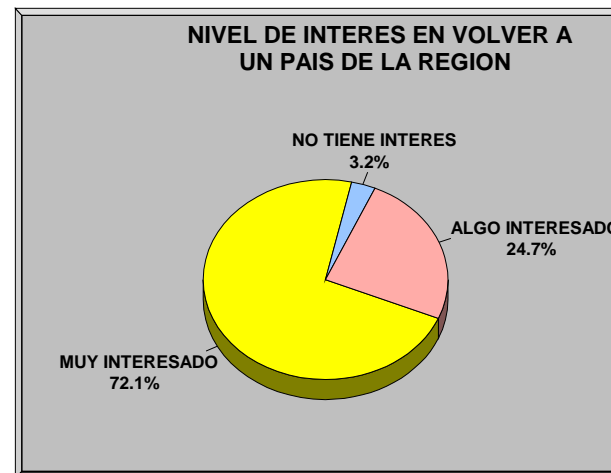
De Guatemala, dicen los turistas que debe mejorar la seguridad para el turista, la higiene de la ciudad y las carreteras, tal y como se observa en el cuadro

QUE DEBERIA MEJORAR EL PAIS VISITADO PARA LOGRAR UNA ESTADIA MAS PLACENTERA

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICAR.	EL SALVA	HOND.	GUAT.
BASE	3000	500	500	500	500	500	500
MALAS CARRETERAS	28.6	37.6	45.4	15.8	24.6	23.4	24.6
LA HIGIENE DE LA CIUDAD	15.4	14.0	5.4	14.8	14.8	14.6	28.6
LA SEGURIDAD PARA EL TURISTA	18.2	7.0	6.0	10.0	35.6	21.2	29.4
DESARROLLAR INFRAESTRUCTURA	9.0	5.8	3.4	12.2	7.6	13.8	11.2
MALA INFORMACION AL TURISTA	6.3	12.0	2.0	8.4	2.4	5.8	7.0
MEJORAR PROYECTO SOCIAL	4.9	1.2	0.2	15.0	5.6	4.6	2.8
NADA, TODO LE GUSTO	3.4	2.2	5.0	0.6	9.0	2.4	1.4
MEJORAR EL TRATO DE LA GENTE	3.3	5.8	1.2	5.2	1.2	2.6	3.8
MEJORAR PRECIOS	2.6	3.8	3.8	4.0	0.4	2.4	1.4
MEJORAR AREA TURISTICA	2.1	6.8	1.2	1.6	0.4	1.0	1.6
MAS DIVERSIDAD DE LUGARES	1.7	1.0	0.2	5.0	1.2	0.6	2.4
MEJORAR LUGARES DE DIVERSION	1.6	4.0	1.6	1.6	0.4	1.6	0.6
MEJORAR AEROPUERTO Y TRAMITES	1.5	2.2	2.0	0.6	2.2	0.6	1.4
FOMENTAR EL TURISMO	1.1	1.6	0.6	2.0	0.4	2.0	0.2
MEJORAR EL SERVICIO DE BUSES	1.1	0.4	1.8	1.8	0.2	1.6	0.8
ACCESIBILIDAD TELEFONICA	1.1	0.4	2.2	0.8	1.2	1.4	0.4
NO EXISTE ATRACTIVO	0.1		0.6	0.2			
OTRAS RAZONES	1.0	0.4	0.6	1.2	0.4	2.8	0.4
NO OPINO	9.9	3.2	18.6	8.6	8.2	18.8	2.0

- **CUAL ES EL NIVEL DE INTERES DE LOS TURISTAS VISITAR DE NUEVO LA REGION**

Para finalizar tenemos que de los turistas que visitaron la Región el 72.7% están interesados en regresar, debido principalmente a que les gustó el país, por la amabilidad de su gente y porque le gustaría conocer más, los que no tienen interés lo atribuyen principalmente a que no les gustó el país. El comportamiento o nivel de interés en regresar se es similar en todos los grupos de clasificación.



DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICARA	EL SALVA	HONDU	GUATE	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EURO	R. AMER	OTROS
BASE	2969	500	495	500	497	484	493	1603	115	79	510	535	127
MUY INTERESADO	72.1	68.4	77.6	84.6	77.9	57.0	66.5	75.0	73.9	64.6	63.5	72.7	70.1
ALGO INTERESADO	24.7	28.4	18.2	12.8	19.9	39.0	30.0	22.1	23.5	31.6	32.9	23.6	24.4
NO TIENE INTERES	3.3	3.2	4.2	2.6	2.2	3.9	3.4	2.9	2.6	3.8	3.5	3.7	5.5

- **RECOMENDARIA A UN AMIGO QUE VISITE EL LUGAR QUE VISITO**

Como se observa la mayoría de los entrevistados recomendarían a un amigo que visite el país, debido principalmente a que les gustó el país, que es hermoso y al trato recibido de la gente, quienes no lo recomiendan dicen que no les gusto para vacacionar y que no existen buenos precios para comprar.

En el cuadro que se muestra a continuación podemos observar el comportamiento por grupos de clasificación, el comportamiento es similar en todos los casos.

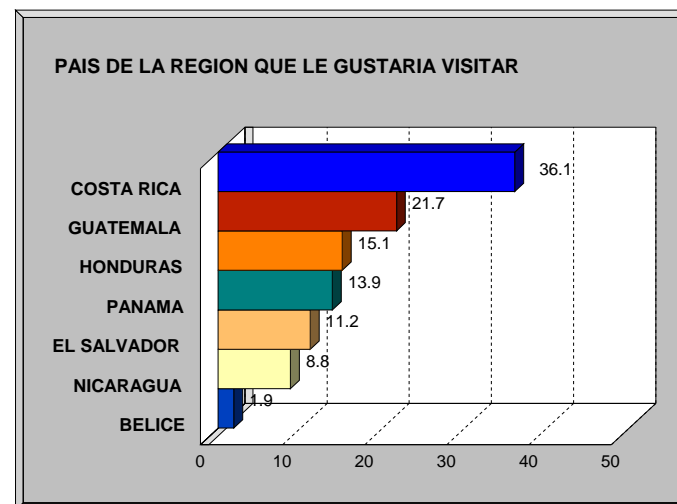


DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICARA	EL SALVA	HONDU	GUATE	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EURO	R.AMER	OTROS
SI LO RECOMIENDA	93.0	94.0	96.0	95.2	90.4	88.0	94.4	92.6	94.9	93.8	93.6	94.1	89.1
NO LO RECOMIENDA	5.6	5.8	3.2	4.4	8.4	7.2	4.8	5.9	4.3	5.0	5.4	4.6	9.4
NO LO RECOMIENDA	1.3	0.2	0.8	0.4	1.2	4.8	0.8	1.5	0.9	1.3	1.0	1.3	1.6

- **QUE PAIS DE LA REGION QUE LE GUSTARIA VISITAR**

A los turistas que visitaron Honduras se les preguntó que otros países de la región les gustaría visitar y los resultados nos indican que COSTA RICA, es el lugar que más les gustaría visitar y en segundo lugar GUATEMALA y en tercer lugar Honduras

En el cuadro se puede observar por grupos de clasificación el nivel de interés en visitar los diferentes países de la región



CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

De acuerdo a los objetivos planteados a la hora de realizar la presente evaluación llegamos a las siguientes conclusiones:

- **La REGION, es un destino turístico de moda, el 72.1% de los turistas entrevistados, tienen interés en volver a visitar el país nuevamente, y el 93.0% de los turistas recomendarían el país a un amigo para que lo visite; o sea podemos concluir que existe satisfacción de parte del turista que visitó la región.**
- **El nivel de satisfacción sobre las 8 áreas evaluadas, nos indica que la percepción del turista sobre la región es igual e bueno, al obtener un promedio ponderado en la escala de 100 puntos de 73.7. Podemos observar en el cuadro de resumen, que el servicio en aeropuertos, trato recibido en hoteles, servicio recibido en restaurantes son considerados como muy buenos. El servicio recibido en las líneas aéreas y sitios de interés que visitó son considerados como buenos, mientras que la imagen y seguridad ciudadana es considerada como regular y la infraestructura como mala**

**NIVEL DE SATISFACCION
RESUMEN REGIONAL - PROMEDIO**

DESCRIPCION	TOTAL	PANAMA	C. RICA	NICARA	EL SALVA	HONDU	GUATE	USA	CANADA	ALEMANIA	R. EUROPA	R. AMERICA	OTROS
PROMEDIO TOTAL	73.7	79.3	75.6	71.0	73.5	70.4	71.6	74.3	74.5	69.5	69.6	76.7	72.1
LINEA AEREA	79.5	83.9	79.9	78.5	79.1	78.8	77.0	80.7	81.5	75.4	75.6	80.2	78.6
AEROPUERTOS	80.0	80.9	80.9	78.7	85.2	75.9	78.4	81.3	79.8	74.8	76.3	81.4	76.3
TRATO EN LOS HOTELES	80.7	82.6	81.3	77.6	85.2	79.6	78.7	81.9	83.0	74.4	75.8	83.4	77.7
RESTAURANTES QUE VISITO	82.3	84.5	81.3	82.1	84.9	80.5	80.9	83.4	84.7	79.3	77.9	83.4	80.8
PERCEPCION INFRAESTRUCTURA	56.3	66.4	59.3	48.4	56.8	49.3	55.2	56.1	54.4	50.5	51.9	62.0	56.8
IMAGEN Y SEGURIDAD CIUDADANA	65.1	79.6	72.6	63.7	52.5	60.2	60.8	64.5	65.4	63.1	61.5	70.6	66.1
SITIOS DE INTERES QUE VISITO	71.9	77.2	74.0	68.3	70.8	68.5	70.4	72.1	72.6	68.7	68.1	76.1	68.5

- **Cuando analizamos la información por país podemos observar que Panamá y Costa Rica, son los que obtienen una mejor evaluación aunque las diferencias no son significativas vrs los otros países de la REGION.**
- **Los turistas más satisfechos con la REGION, son los procedentes del resto de América, Estados Unidos, Canadá y otros continentes quienes consideran el servicio a nivel total como bueno, mientras que los europeos consideran el servicio recibido como regular, es conocido por todos que el turista europeo es más exigente y como se ha visto en todo el estudio son las personas que más diversidad de actividades realizan durante su visita al país**
- **Consideramos importante destacar que no existen diferencias entre los hábitos del turista vacacionista vrs el turista que visita la región en viaje de negocios, ambos realizan todo tipo de actividades.**
- **El turista que visita la región es una persona que se hospeda principalmente en hoteles, viene recomendado por amigos o familiares, viaja principalmente de forma independiente y en proporciones similares viajan sólo y acompañados, se movilizan en auto privado, taxi y auto alquilado, un 49% de los turistas han visitado el país más de una vez.**
- **El turista durante su estadía permanece un 62.6% del tiempo en la ciudad, un 16.1% en la playa, un 15.3% en el interior del país y un 6.1% en la montaña.**

-
- **El turista que visita la REGIÓN viene a realizar actividades de SOL Y PLAYA, a visitar sitios de interés, parques nacionales, ciudades coloniales y a observar la flora y la fauna principalmente. Además tiene el hábito de visitar mercados de artesanía.**
 - **La impresión que se lleva el turista de la REGIÓN (fortalezas) es la gente y la amabilidad y trato que reciben, en segundo lugar se van encantados de las playas, del campo-vegetación y de las reservas naturales que tiene la REGION**
 - **Lo que disgusta al turista de la REGION, (debilidades) son las carreteras, la inseguridad, la higiene de la ciudad, la contaminación y el congestionamiento vial. Ellos opinan que para pasar una estadía más placentera deben corregirse o arreglarse las carreteras, la higiene de la ciudad, brindar más seguridad al turista, desarrollar infraestructura**

- **RESUMIENDO:** La **REGIÓN** cuenta con un excelente producto para ofrecer al turista internacional, cuenta con gente de amable trato que hace al turista su estadía más placentera, se tiene sol-playa y vegetación. Y como una condición especial cada país puede ofrecer diferentes productos, por ejemplo Panamá ofrece al turista su ciudad, sus playas y sus mercados de artesanía, Costa Rica, sol-playa y sus parques nacionales, Nicaragua, sus ciudades coloniales y sus playas, El Salvador sus playas y sus mercados de artesanía, Honduras sus playas y sus mercados de artesanía y Guatemala sus ciudades coloniales y sus mercados de artesanía. Por lo tanto el ofrecer al turista un producto regional se convierte en un gran atractivo para cualquier visitante que visite la **REGION**.
- Las debilidades que tiene la **REGION**, son típicas de países en etapas de desarrollo, algunas de ellas son subsanables a corto plazo como por ejemplo el turista se queja de falta de información, falta de guías turísticos, trato de la gente; pero hay otras que son corregibles a largo plazo y con las cuales tendremos que vivir por buen tiempo como por ejemplo las malas carreteras, congestionamiento vial, estos son problemas de infraestructura y de arquitectura del mismo país que demandarán su tiempo para corregirse. La inseguridad en algunos países de la **REGION**, son un problema de imagen y aunque se corrijan demandará mucho tiempo cambiar ese concepto en la mente del consumidor, lo que si es factible lograr es en los sitios de interés visitados por los turistas, redoblar la seguridad. En el caso de la higiene de la ciudad, el mal se puede remediar en parte, desarrollando una campaña de ornato y creando conciencia en la población de que no voten basura y porque no, creando leyes para multar al que encuentren botando basura.

RECOMENDACIÓN FINAL

- **Como recomendación final de acuerdo a los resultados de este proyecto consideramos que la idea de trabajar a nivel REGIONAL, debe convertirse en una realidad, si se quiere competir de forma eficaz en el mercado globalizado en que vivimos, juntos podremos hacer un mejor frente y ofrecer al turista un mejor producto REGIONAL, máxime que se cuenta con un excelente producto y el turismo es el futuro de la REGION, en este momento somos un destino turístico de moda, si se planifica, investiga y evaluamos periódicamente a nivel regional las necesidades de nuestro consumidor, seguiremos creciendo y en poco tiempo el turismo será la primer fuente de ingreso de todos los países de la REGION.**