

Instituto Hondureño de Turismo

Gerencia de Estadísticas de Turismo

Informe de resultados de Investigaciones aplicadas durante el período de Semana Morazánica 2025

HONDURAS
Naturalmente tuya



Diciembre de 2025

Contenido

1. Resultados de la encuesta de perfil y satisfacción del visitante hondureño.....	3
1.1 Perfil y satisfacción del turista.....	4
1.1.1 Características del viaje realizado.....	4
1.1.2 Gasto y estadía promedio.....	9
1.1.3 Valoración de la experiencia y servicios recibidos.....	11
1.1.4 Perfil del turista.....	14
1.2 Perfil y satisfacción del visitante del día.....	15
1.2.1 Características del viaje realizado.....	16
1.2.2 Gasto promedio.....	20
1.2.3 Valoración de los servicios recibidos.....	20
1.2.4 Perfil del visitante del día.....	21
2. Resultados de la Encuesta de ocupación hotelera.....	22
3. Resultados de la Encuesta sobre tendencia de ventas en restaurantes.....	31
4. Ingreso de visitantes a parques y museos.....	39
5. Anexos.....	41
Anexo 1: Resultados sobre el perfil del turista por ciudad.....	41
Anexo 2 Flujo de viajeros internacionales.....	46
Ingreso de viajeros.....	46
Salida de viajeros.....	50
Anexo 3 Metodología de levantamiento de información.....	54
Anexo 4: Definiciones.....	57
4.1 Definición acompañante del viaje.....	57
4.2 Definición clasificación de categorías de ocupación (Puesto de trabajo).....	57
4.3 Definición clasificación de nivel educativo.....	59

Informe de resultados de Investigaciones aplicadas durante el período de Semana Morazánica 2025

Del 29 de septiembre al 11 de octubre de 2025

Antecedentes

El 10 de septiembre del año 2014, se aprobó el Decreto No.75-2024 orientado a unificar y trasladar los feriados correspondientes a las festividades cívicas de los días 3, 12 y 21 de octubre a las fechas correspondientes al miércoles, jueves y viernes de la última semana de octubre con el fin de aumentar la actividad turística y por ende incrementar los beneficios en el sector del turismo y la economía nacional. Durante el año 2015, se emite el Decreto No.78-2025 mediante el cual se reforma el Artículo 1 del Decreto No.75-2024 en el sentido de trasladar con fines turísticos, las festividades cívicas de los días 3, 12 y 21 de octubre a partir del primer miércoles del mes de octubre de cada año. Lo anterior debido a que, a finales de octubre la probabilidad de tormentas tropicales aumenta.

En apoyo a la estrategia, la Secretaría de Gobernación, Justicia y Descentralización en los últimos años ha emitido comunicados informando que se brinda a los empleados de la Administración pública, asueto a cuenta de vacaciones los días lunes y martes de la primera semana de octubre. En ese sentido, desde el año 2014 al año 2021, el Instituto Hondureño de Turismo implementó investigaciones con el objetivo de obtener indicadores sobre turismo interno en Honduras durante los periodos de Semana Morazánica. En el periodo de 2022 a 2024 no se realizaron investigaciones. En el año 2025 se implementaron las siguientes investigaciones:

a) Encuesta del perfil y satisfacción del visitante hondureño y extranjero

Objetivo: Obtener información sobre el perfil del visitante hondureño y extranjero, características principales del viaje realizado y la calificación que los visitantes brindarán a los servicios recibidos durante su viaje en Honduras. La encuesta se aplicó del lunes 29 de septiembre al domingo 5 de octubre.

b) Encuesta de ocupación hotelera

Objetivo: Contar con indicadores relacionados con la oferta y demanda en establecimientos que brindan principalmente servicios de alojamiento. La encuesta se aplicó del lunes 6 al sábado 11 de octubre.

c) Encuesta de tendencia de ventas en restaurantes

Objetivo: Contar con indicadores relacionados con la tendencia de ventas en establecimientos que brindan servicios de alimentación. La encuesta se aplicó del lunes 6 al sábado 11 de octubre.

En el presente documento se exponen los resultados obtenidos de cada una de las investigaciones arriba detalladas.

1. Resultados de la encuesta de perfil y satisfacción del visitante hondureño

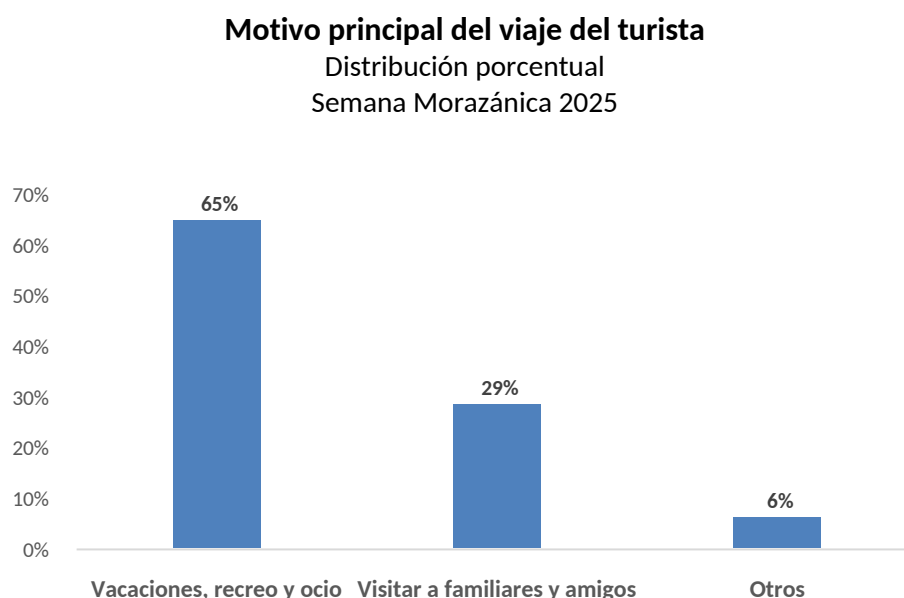
Los resultados que a continuación se presentan corresponden a 2,095 encuestas aplicadas, las que representan a 6,718 visitantes hondureños que realizaron viajes turísticos en Honduras durante el periodo de Semana Morazánica 2025.

La información se presenta desagregada por tipo de visitante. En primer lugar, se presentan los resultados obtenidos para turistas, seguida de la información correspondiente a visitantes del día. En la sección de Anexos, se presenta información sobre turistas por ciudad de aplicación.

1.1 Perfil y satisfacción del turista

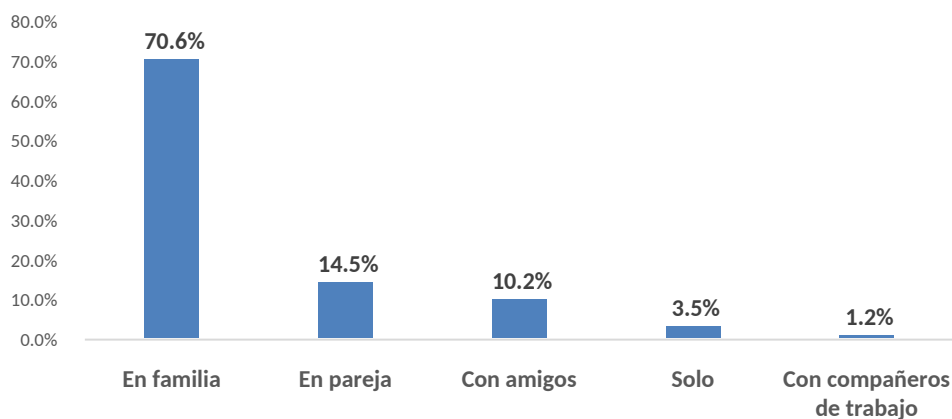
De acuerdo a ONU Turismo, un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocio u otro motivo personal), que no sea ser empleado por una entidad residente en el lugar visitado. Un visitante se clasifica como turista si su viaje incluye una pernoctación. A continuación, se presentan los resultados obtenidos sobre el turista hondureño.

1.1.1 Características del viaje realizado



Acompañante del viaje realizado por el turista

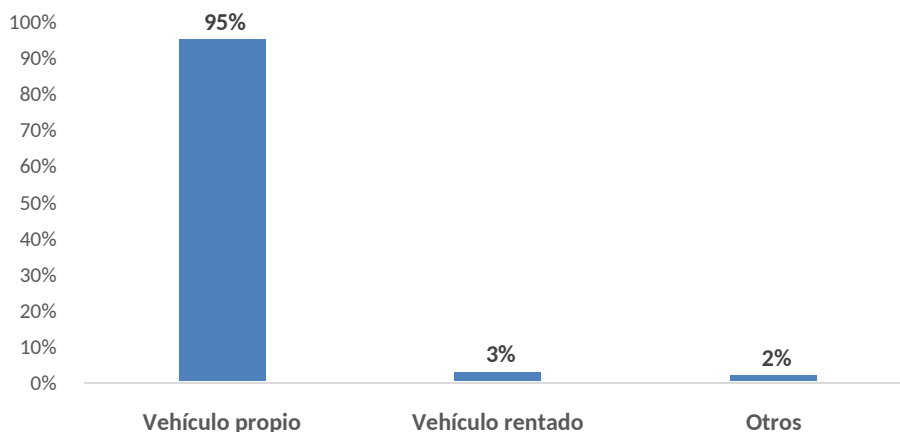
Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Opción de transporte utilizado por el turista para realizar el viaje

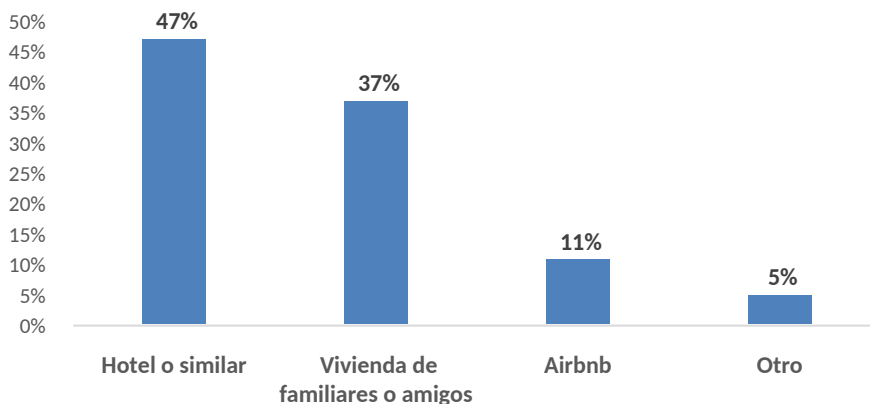
Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025



Nota: Otro tipo incluye transporte colectivo regular y no regular.

Tipo de alojamiento utilizado por el turista

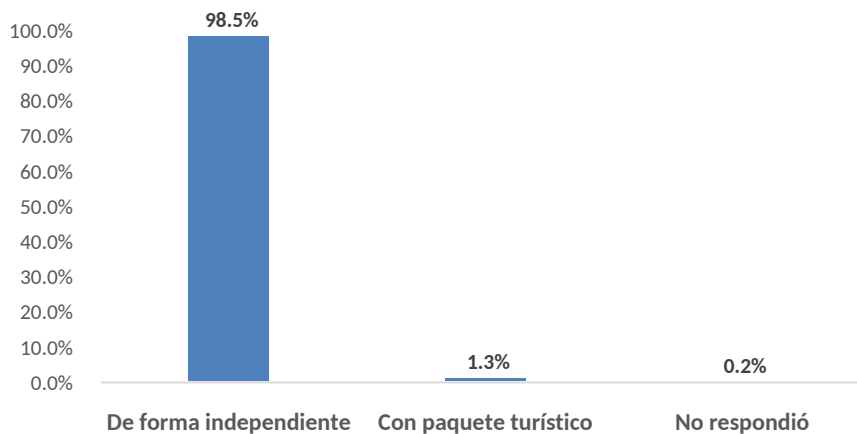
Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Forma de organización del viaje realizado por el turista

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025



Actividades realizadas por el turista según ciudad de aplicación

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025

Actividades realizadas	Copán Ruinas	La Ceiba	Tela	Trujillo	Otras	Total
Utilizar playas	0.0%	46.8%	52.5%	43.9%	2.6%	23.5%
Visitar familiares y amigos	2.1%	22.9%	14.1%	10.7%	42.9%	20.0%
Visitar sitios arqueológicos	38.8%	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	9.8%
Visitar museos	34.9%	0.0%	3.3%	0.2%	0.2%	8.9%
Visitar casinos, discotecas o parques acuáticos	1.7%	5.5%	9.5%	7.6%	9.4%	6.9%
Realizar compras personales	3.7%	11.7%	8.4%	3.3%	8.1%	6.6%
Asistir a espectáculos y/o actividades culturales	5.3%	4.8%	2.4%	0.5%	6.0%	4.1%
Navegación	0.0%	0.0%	1.9%	15.9%	0.0%	3.2%
Snorkeling	0.0%	0.8%	0.4%	15.9%	0.0%	2.9%
Asistir a espectáculos deportivos o practicar deportes	1.2%	2.7%	2.0%	0.0%	5.1%	2.4%
Otras	12.1%	4.3%	5.4%	2.0%	22.5%	11.3%
No respondió	0.2%	0.5%	0.1%	0.0%	0.9%	0.4%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Nota: Otras ciudades incluye a Amapala (Valle), Arada, Atima, Las Vegas, Quimistán, Santa Bárbara y Trinidad (Santa Bárbara), Campamento, Catacamas, Juticalpa, San Esteban y Dulce Nombre de Culmí (Olancho), Santa Lucía (Francisco Morazán) y Santa Rosa de Copán (Copán).

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

¿Recibió información que le incitó a realizar el viaje?

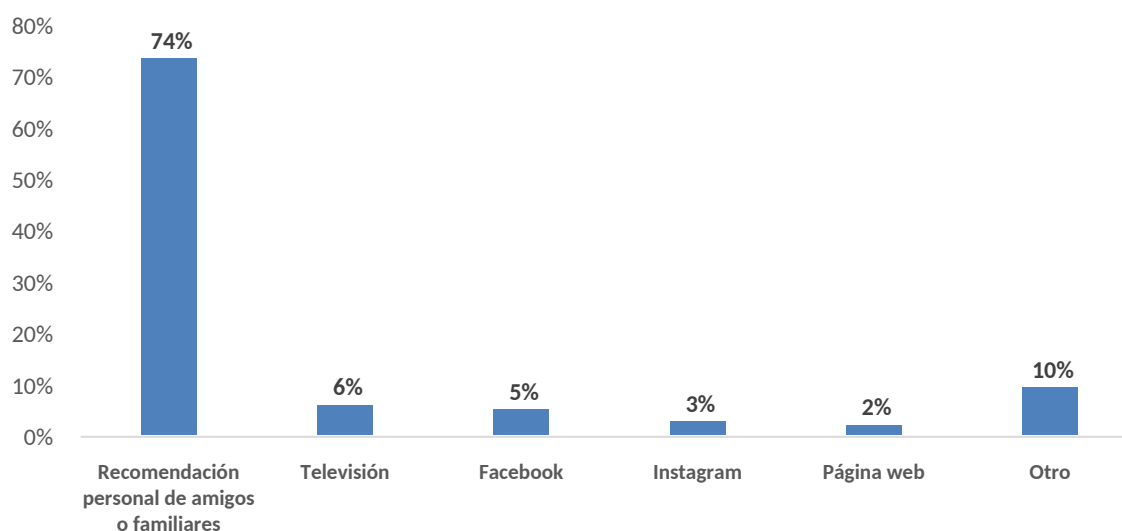
Turista
Semana Morazánica 2025

Indicador	Distribución porcentual
No recibió	49.0%
Si recibió	48.7%
No respondió	2.3%
Total	100.0%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

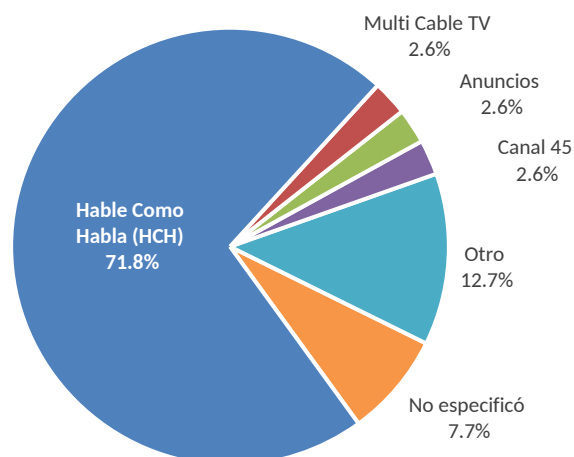
El objetivo de la consulta fue medir si la información recibida fue un factor determinante para realizar el viaje. Casi la mitad (48.7%) de turistas confirmó que recibió información que los motivó a viajar, mostrando una respuesta casi equilibrada con los que no la recibieron (49.0%).

Medio por el que el turista recibió información que le incitó a realizar el viaje
Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Medio televisivo por el que el turista recibió información que le incitó a realizar el viaje
Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

El canal Hable Como Habla (HCH) tiene el 71.8% de la participación indicando que 7 de cada 10 personas se inclinan por este medio, dejando a la competencia en un margen muy pequeño, en efecto, la brecha entre el primer y el segundo lugar es alta.

Aunque la mayoría de los usuarios de redes sociales no precisaron la fuente específica por la cual recibieron información que les incitó a realizar el viaje, se destaca que el Instituto Hondureño de Turismo (IHT) tuvo una incidencia del 20.5% en Facebook y del 39.1% en Instagram entre quienes sí identificaron la cuenta de origen.

Aspectos más gustados por el turista según ciudad de aplicación

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025

Aspectos	Copán Ruinas	La Ceiba	Tela	Trujillo	Otras	Total
Comida	16.8%	20.4%	17.5%	20.5%	20.1%	19.1%
Amabilidad de la gente	19.4%	19.6%	14.8%	16.9%	21.1%	18.9%
Naturaleza	19.7%	19.4%	15.1%	11.3%	20.1%	17.7%
Clima	17.3%	15.7%	15.6%	9.6%	19.4%	16.2%
Áreas públicas	14.3%	12.4%	8.6%	19.8%	15.0%	14.4%
Playas	0.0%	12.2%	25.6%	21.9%	1.7%	9.7%
Otros	12.5%	0.3%	2.8%	0.0%	2.6%	4.0%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

1.1.2 Gasto y estadía promedio

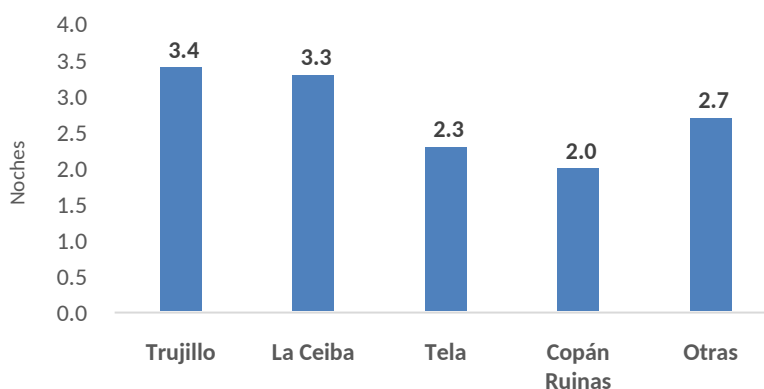
Gasto y estadía promedio del turista

Semana Morazánica 2025

Indicador	Resultado
Gasto promedio (Lempiras)	3,943.78
Estadía promedio (Noches)	2.6

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

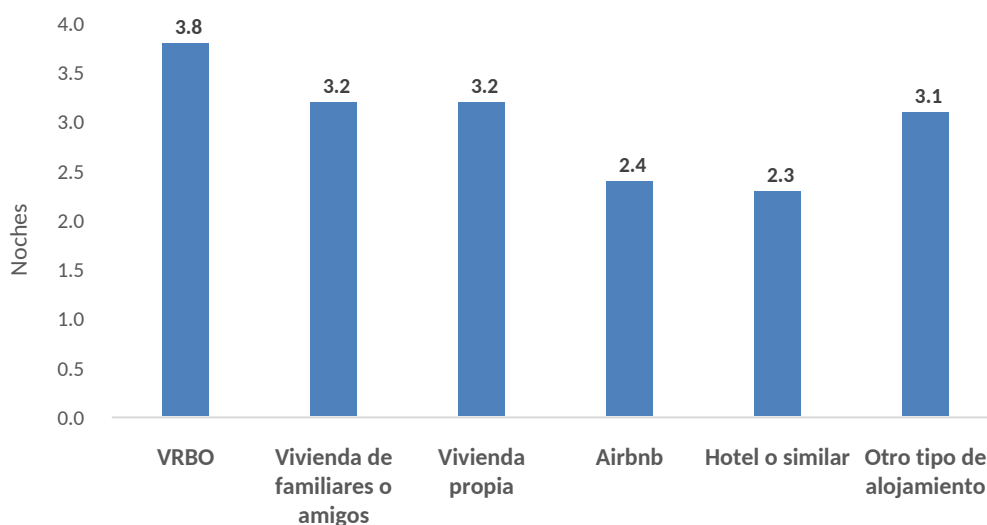
Estadía promedio del turista por ciudad de aplicación de la encuesta
Semana Morazánica 2025
Noches



Nota: Otras ciudades incluye a Amapala (Valle), Arada, Atima, Las Vegas, Quimistán, Santa Bárbara y Trinidad (Santa Bárbara), Campamento, Catacamas, Juticalpa, San Esteban y Dulce Nombre de Culmí (Olancho), Santa Lucía (Francisco Morazán) y Santa Rosa de Copán (Copán).

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Estadía promedio del turista por tipo de alojamiento utilizado
Semana Morazánica 2025
(Noches)



Indicadores por ciudad: Estadía promedio, preferencia de alojamiento y gasto promedio del turista

Semana Morazánica 2025

Ciudad	Estadía promedio (Noches)	Tipo de alojamiento (Distribución porcentual)					Gasto promedio (Lempiras)
		Hotel o similar	Vivienda de familiares o amigos	Tipo Airbnb	Otro	Total	
Trujillo	3.4	56.8%	27.9%	13.6%	1.7%	100.0%	7,663.60
La Ceiba	3.3	39.0%	52.8%	6.8%	1.4%	100.0%	3,862.20
Tela	2.3	47.6%	27.2%	19.9%	5.3%	100.0%	5,185.48
Copán Ruinas	2.0	70.7%	12.1%	16.3%	0.9%	100.0%	3,477.40
Otras	2.7	33.0%	55.7%	4.7%	6.6%	100.0%	1,787.30

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Trujillo destaca como la ciudad donde los turistas reportaron un mayor gasto promedio (7,663.60 lempiras), esta tendencia coincide con que reportaron la estadía más larga (3.4 noches). La mayoría respondió haber utilizado "Hotel o similar" (56.8%), lo que suele elevar el costo del viaje en comparación con quedarse en casa de amigos.

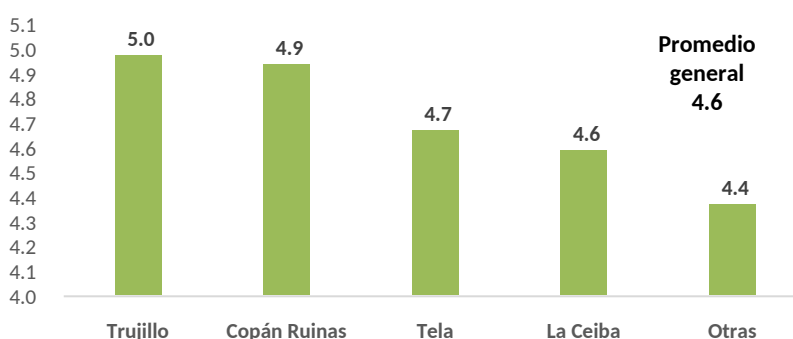
En Copán Ruinas es donde el turista reportó mayor uso de hoteles (70.7%), sin embargo, es donde los turistas se quedaron menos tiempo (2 noches en promedio).

En La Ceiba se muestra una tendencia distinta, la mayoría de las personas se quedaron en casas de familiares o amigos (52.8%), lo que podría explicar el gasto promedio menor a los que visitaron Tela, por ejemplo, aunque tengan una estadía mayor.

Tela es la ciudad que lidera el uso de alojamientos tipo Airbnb con un 19.9%, seguida de cerca por Copán Ruinas. Esto indica una apertura hacia nuevas modalidades de hospedaje en estos destinos.

1.1.3 Valoración de la experiencia y servicios recibidos

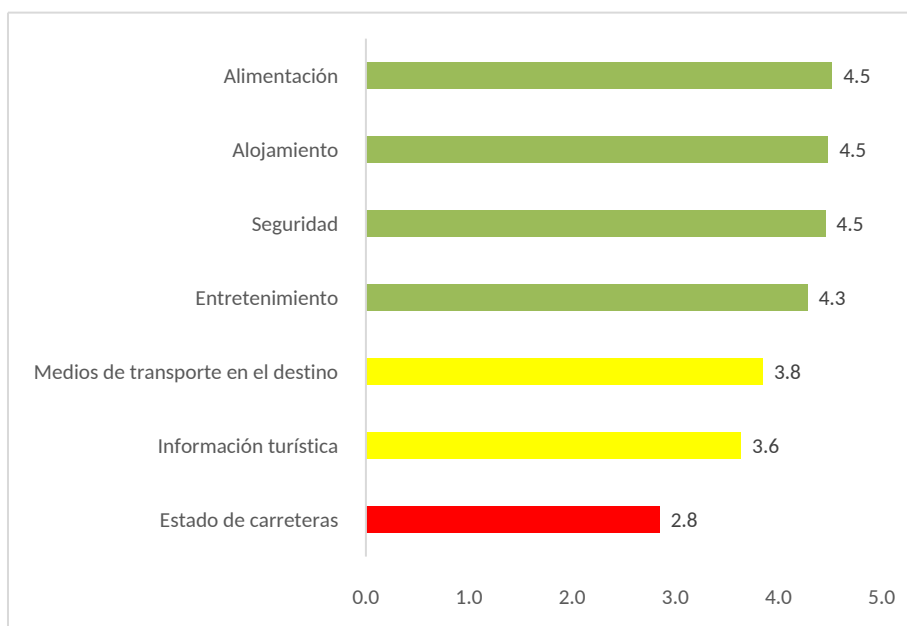
Grado de satisfacción general del turista por ciudad de aplicación Semana Morazánica 2025



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

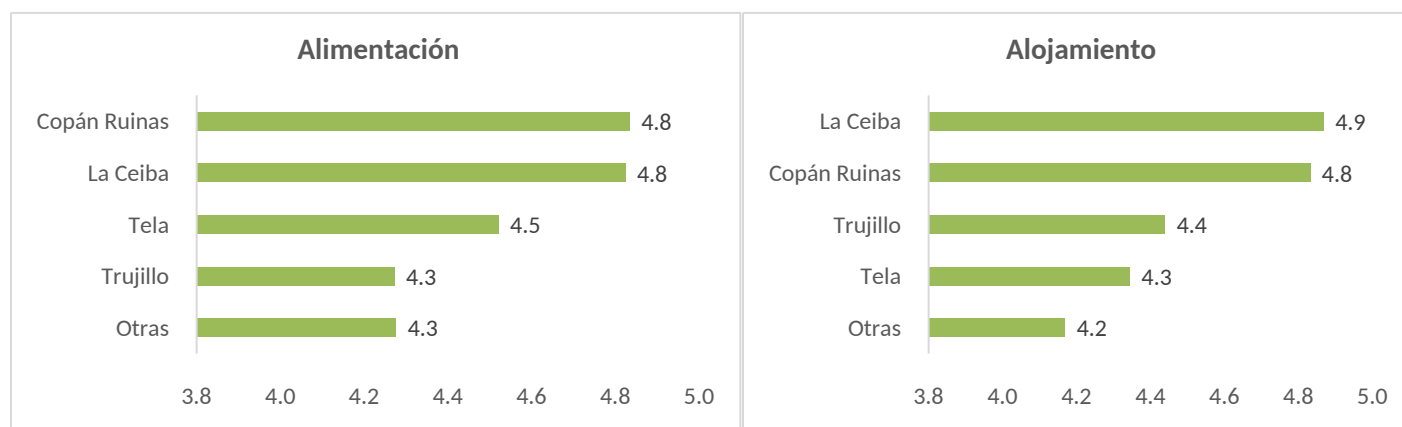
Tabla de Interpretación	
■	4-5 =Muy Bueno a Excelente
■	3 =Bueno
■	1-2 =Deficiente a Regular

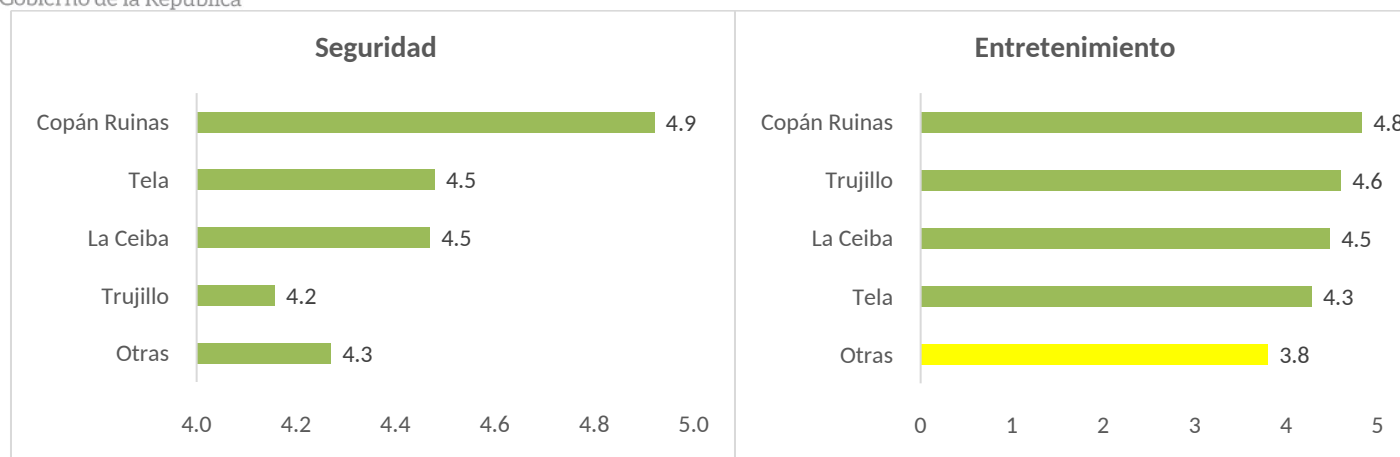
Calificación que el turista brindó a los servicios recibidos Semana Morazánica 2025



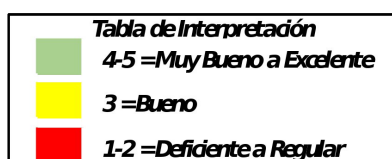
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Calificación brindada a las facilidades y servicios recibidos por el visitante residente en Honduras Semana Morazánica 2025

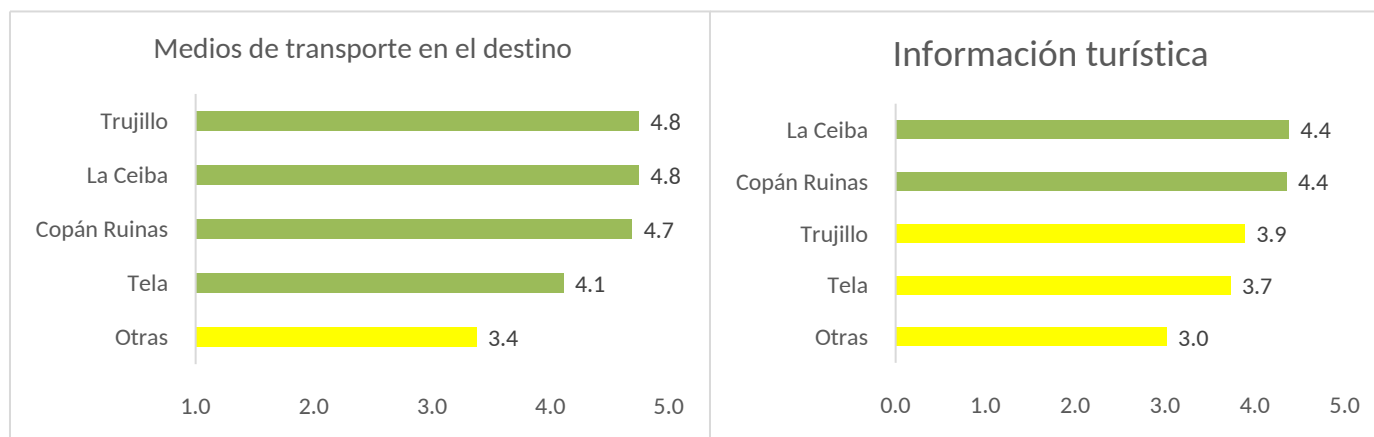


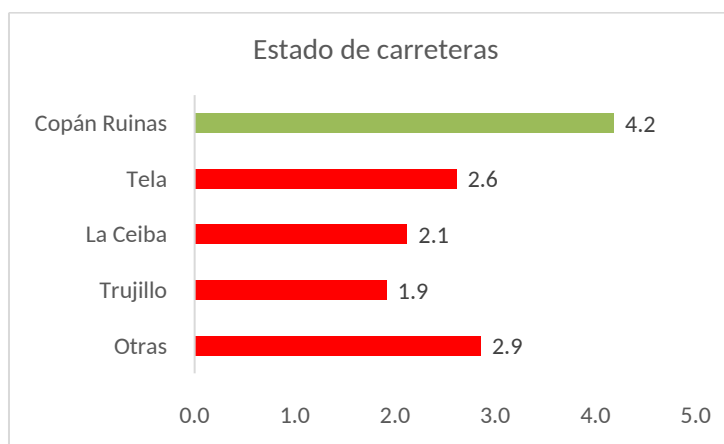


Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.



Calificación brindada a las facilidades y servicios recibidos por el visitante residente en Honduras
Semana Morazánica 2025





Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Tabla de Interpretación	
	4-5 =Muy Bueno a Excelente
	3 =Bueno
	1-2 =Deficiente a Regular

1.1.4 Perfil del turista

Perfil del turista Distribución porcentual Semana Morazánica 2025

Indicador	Distribución porcentual
Sexo	
Hombres	48.2%
Mujeres	48.3%
No respondió	3.5%
Edad	
Menor o igual a 18 años	22.4%
De 19 a 30 años	29.2%
De 31 a 40 años	22.8%
De 41 a 50 años	13.7%
Mayor de 50 años	11.9%
Último nivel educativo finalizado (Informante)	
Primaria	6.7%

Secundaria	28.6%
Superior	56.6%
Postgrado / Maestría / Doctorado	6.8%
Ninguno	1.1%
No respondió	0.2%
Categoría laboral (Informante)	
Asalariado	64.2%
Cuenta Propia	32.8%
Desempleado	1.9%
No remunerado	1.1%
Ocupación (Informante)	
Profesional	44.9%
Trabajador de servicios y/o vendedor	14.0%
Operario, artesano u otro oficio	10.5%
Director o Gerente	12.4%
Técnico o profesional de nivel medio	10.0%
Personal de apoyo administrativo	5.5%
Jubilado	1.3%
Estudiante	0.7%
Ama de casa	0.3%
No respondió	0.4%
Estado civil (Informante)	
Casado	57.5%
Soltero	41.7%
Otro	0.7%
No respondió	0.1%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

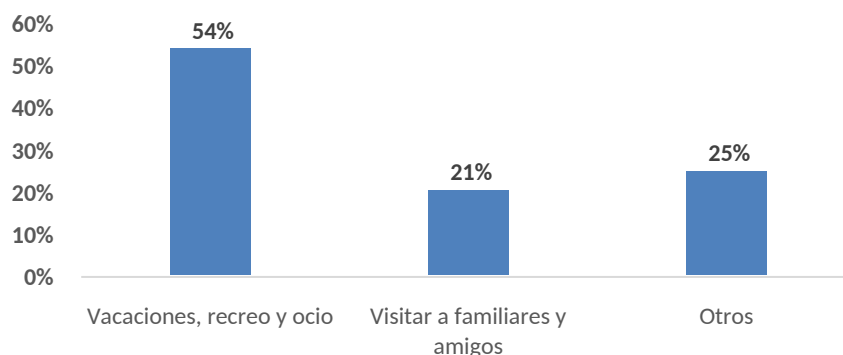
1.2 Perfil y satisfacción del visitante del día

Un visitante se clasifica como visitante del día si su viaje no incluye una pernoctación. A continuación, se presentan los resultados obtenidos sobre el visitante del día.

1.2.1 Características del viaje realizado

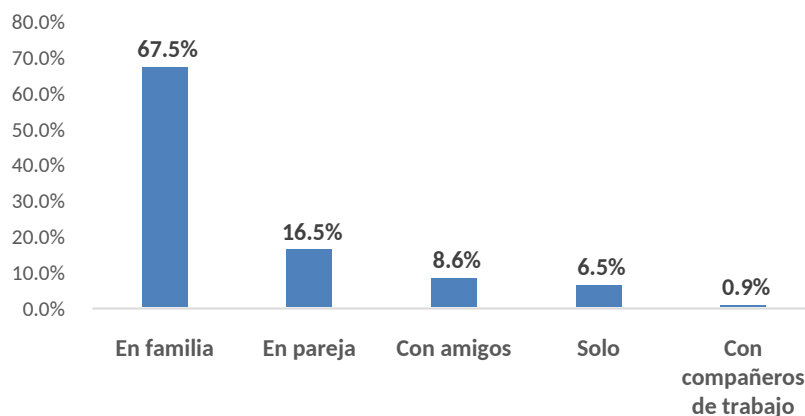
Motivo principal del viaje del visitante del día

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025



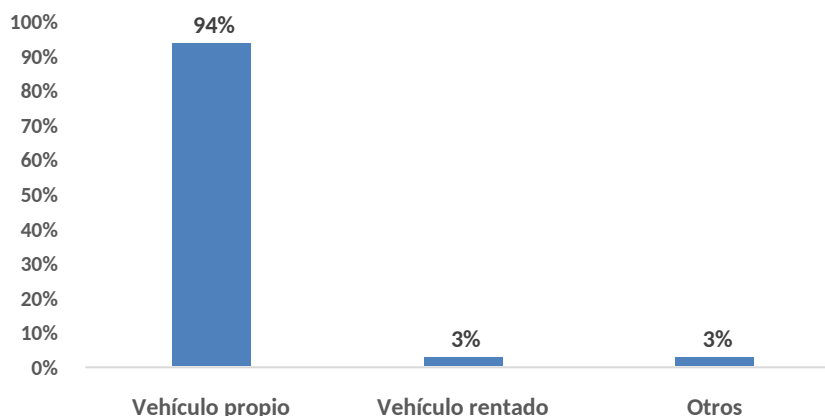
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Acompañante del viaje realizado por el visitante del día Distribución porcentual Semana Morazánica 2025



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

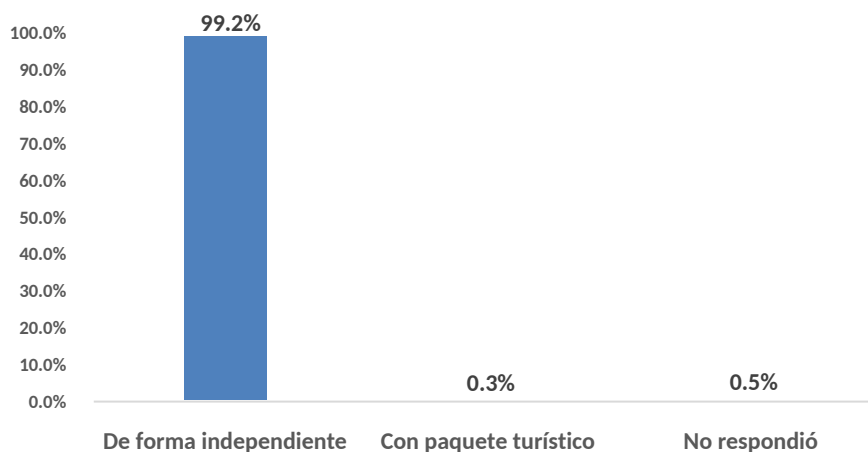
Opción de transporte utilizado por el visitante del día para realizar el viaje Distribución porcentual Semana Morazánica 2025



Nota: Otro tipo incluye transporte colectivo regular y no regular.
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Forma de organización del viaje realizado por el visitante del día

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Actividades realizadas por el visitante del día

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025

Actividad	Distribución porcentual
Utilizar playas	11.7%
Visitar familiares y amigos	17.9%
Realizar compras personales	15.2%
Visitar sitios arqueológicos	5.3%
Visitar museos	4.1%
Visitar casinos, discotecas o parques acuáticos	5.7%
Otras	34.2%
No respondió	5.9%
Total	100.0%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

¿Recibió información que le incitó a realizar el viaje?

Visitante del día

Semana Morazánica 2025

Indicador	Distribución porcentual
No recibió	68.1%
Si recibió	28.1%
No respondió	3.8%
Total	100.0%

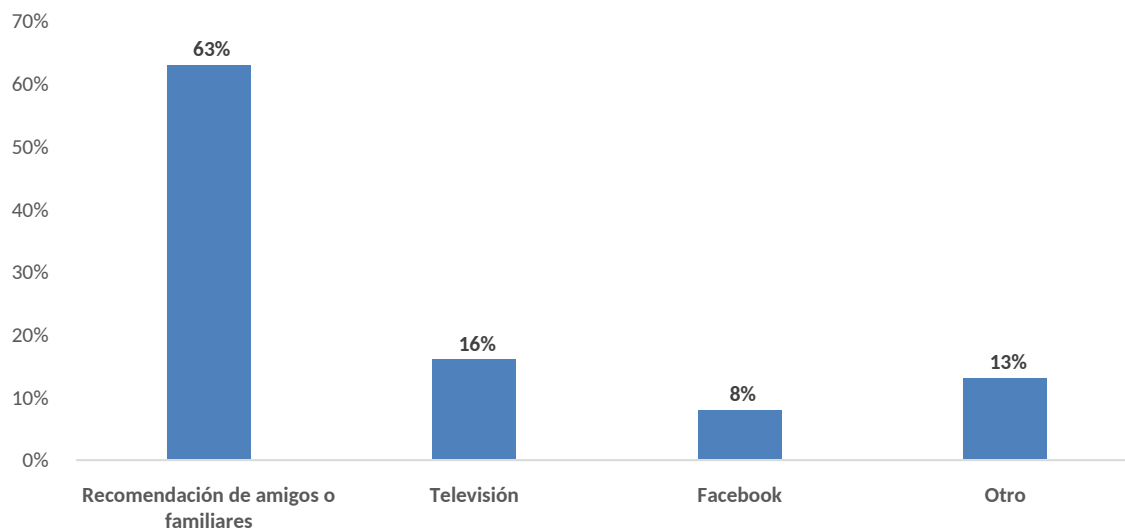
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

La información tuvo un poco menos de impacto en el visitante del día, ya que el 68.1% realizó el viaje sin haber recibido estímulos informativos previos. En resumen, a nivel de visitantes (turistas más visitantes del día), el 57% no recibió información que incitara su viaje, lo que sugiere que los viajes realizados en estas fechas responden al hábito o tradición, sin embargo, un importante 40% respondió a estímulos de campañas específicas por diferentes medios de difusión.

Medio por el que el visitante del día recibió información que le incitó a realizar el viaje

Distribución porcentual

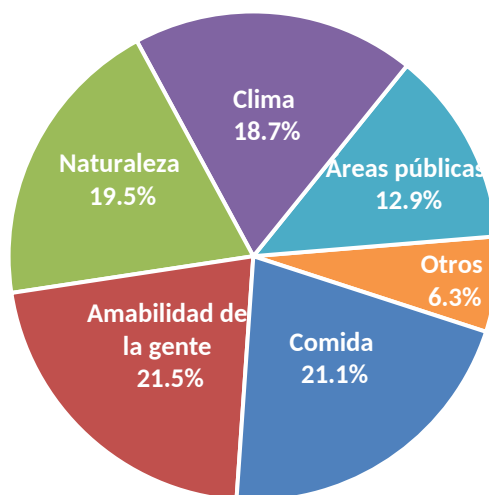
Semana Morazánica 2025



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Aspectos más gustados por el visitante del día

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

1.2.2 Gasto promedio

Gasto promedio del visitante del día

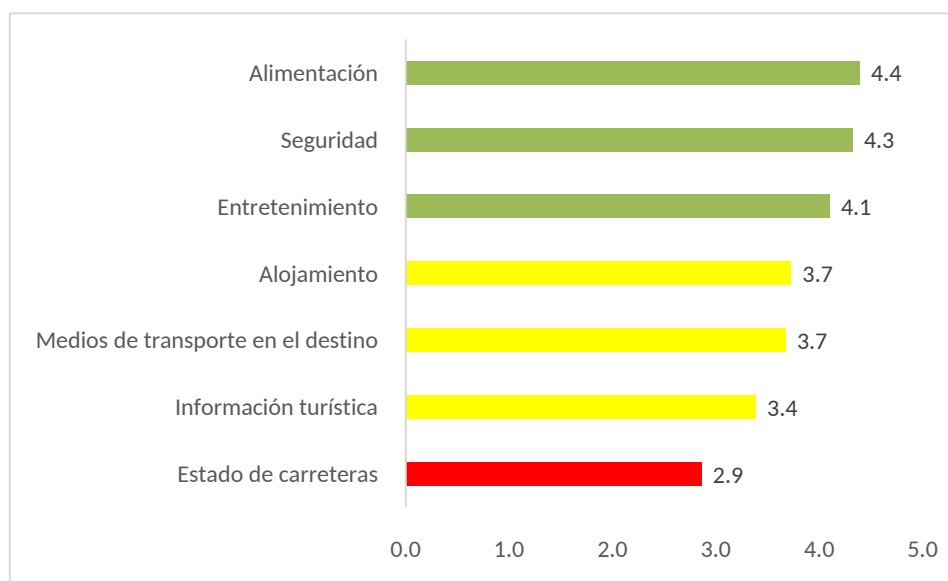
Semana Morazánica 2025

Indicador	Resultado
Gasto promedio (Lempiras)	1,098.80

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

1.2.3 Valoración de los servicios recibidos

Calificación que el visitante del día brindó a los servicios recibidos Semana Morazánica 2025



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

1.2.4 Perfil del visitante del día

Perfil del visitante del día Distribución porcentual

Semana Morazánica 2025

Indicador	Distribución porcentual
Sexo	
Hombres	49.8%
Mujeres	48.2%
No respondió	2.0%
Edad	
Menor o igual a 18 años	21.9%
De 19 a 30 años	26.8%
De 31 a 40 años	24.3%
De 41 a 50 años	13.9%
Mayor de 50 años	13.1%
Último nivel educativo finalizado (Informante)	
Primaria	14.4%
Secundaria	37.1%
Superior	37.6%
Postgrado / Maestría / Doctorado	8.7%
Ninguno	2.2%
No respondió	0.0%
Categoría laboral (Informante)	
Asalariado	53.9%
Cuenta Propia	42.3%
Desempleado	2.7%
No remunerado	1.1%
Ocupación (Informante)	
Profesional	38.3%
Trabajador de servicios y/o vendedor	18.7%
Operario, artesano u otro oficio	17.7%
Director o Gerente	9.0%
Técnico o profesional de nivel medio	10.3%
Personal de apoyo administrativo	3.6%
Jubilado	0.7%
Estudiante	0.6%
Ama de casa	0.5%
No respondió	0.6%
Estado civil (Informante)	
Casado	54.4%
Soltero	45.4%
Otro	0.2%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

2. Resultados de la Encuesta de ocupación hotelera

El estudio de ocupación hotelera se realizó con el objetivo de obtener indicadores relacionados con la oferta y demanda en establecimientos de alojamiento.

En la encuesta se consultó el número de habitaciones disponibles y el número de habitaciones ocupadas durante la semana previa a Semana Morazánica (del 22 al 28 de septiembre) y durante la Semana Morazánica (del 29 de septiembre al 5 de octubre). Además, se consultó sobre nacionalidad de los huéspedes y el número de empleados contratados por los establecimientos.

Para efectos de comparabilidad de la información, en el presente reporte se incluye la información de 169 establecimientos, los cuales brindaron información para todos los días del periodo del 22 de septiembre al 5 de octubre de 2025.

La ocupación hotelera se refiere a la relación, en porcentaje, entre la media diaria de habitaciones ocupadas en el periodo de estudio y el promedio de habitaciones diarias disponibles en el mismo periodo.

En el siguiente cuadro se presenta la información del número de establecimientos que brindaron información, desagregados por municipio:

Número de establecimientos que brindaron información por municipio
Semana Morazánica 2025

Municipio	Núm. de hoteles
Copán Ruínas	35
La Ceiba	34
Santa Rosa de Copán	31
Tela	18
Santa Bárbara	11
Amapala	10
Trujillo	6
Campamento	6
Arada	4
Santa Lucía	3
Otros municipios	11
Total	169

Nota: Otros municipios incluye a Catacamas, Dulce Nombre de Culmí, Juticalpa, Las Vegas y San Esteban.
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Cuadro resumen de datos estadísticos Semana Morazánica 2025

Indicador	Resultado
Ocupación hotelera	
Establecimientos que brindaron información	169
Promedio diario de habitaciones disponibles para venta	3,548
Promedio diario de habitaciones ocupadas	1,547
Ocupación hotelera	43.6%
Empleos	
Establecimientos que brindaron información	224
Empleados permanentes	1,942
Empleados temporales	361

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

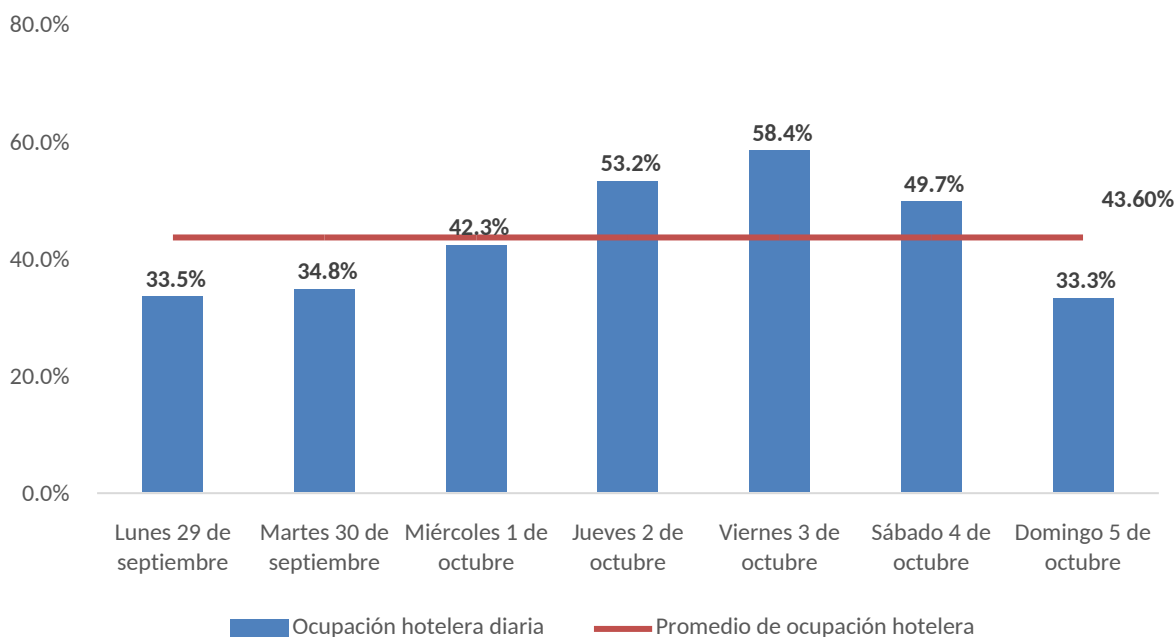
Reporte diario de habitaciones disponibles y ocupadas Semana Morazánica 2025

Fecha	Habitaciones disponibles	Habitaciones ocupadas	Ocupación hotelera
Lunes 29 de septiembre	3,536	1,184	33.5%
Martes 30 de septiembre	3,525	1,225	34.8%
Miércoles 1 de octubre	3,554	1,505	42.3%
Jueves 2 de octubre	3,546	1,886	53.2%
Viernes 3 de octubre	3,545	2,071	58.4%
Sábado 4 de octubre	3,555	1,767	49.7%
Domingo 5 de octubre	3,578	1,190	33.3%
Promedio del periodo	3,548	1,547	43.6%

Nota: El número de habitaciones disponibles para cada día cambia, debido a que, algunos hoteles reportaron aumento en el número de habitaciones disponibles para algunos días.

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Porcentaje diario de ocupación hotelera Semana Morazánica 2025



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Porcentaje de ocupación hotelera por tamaño de hotel Semana Morazánica 2025

Tamaño de hotel	Núm. de hoteles	Promedio de habitaciones disponibles	Promedio de habitaciones ocupadas	Ocupación hotelera
20 habitaciones o menos	107	820	344	42.0%
De 21 a 40 habitaciones	46	854	368	43.1%
De 41 a 60 habitaciones	11	946	342	36.1%
De 61 habitaciones o más	5	1,164	663	57.0%
Total	169	3,548	1,547	43.6%

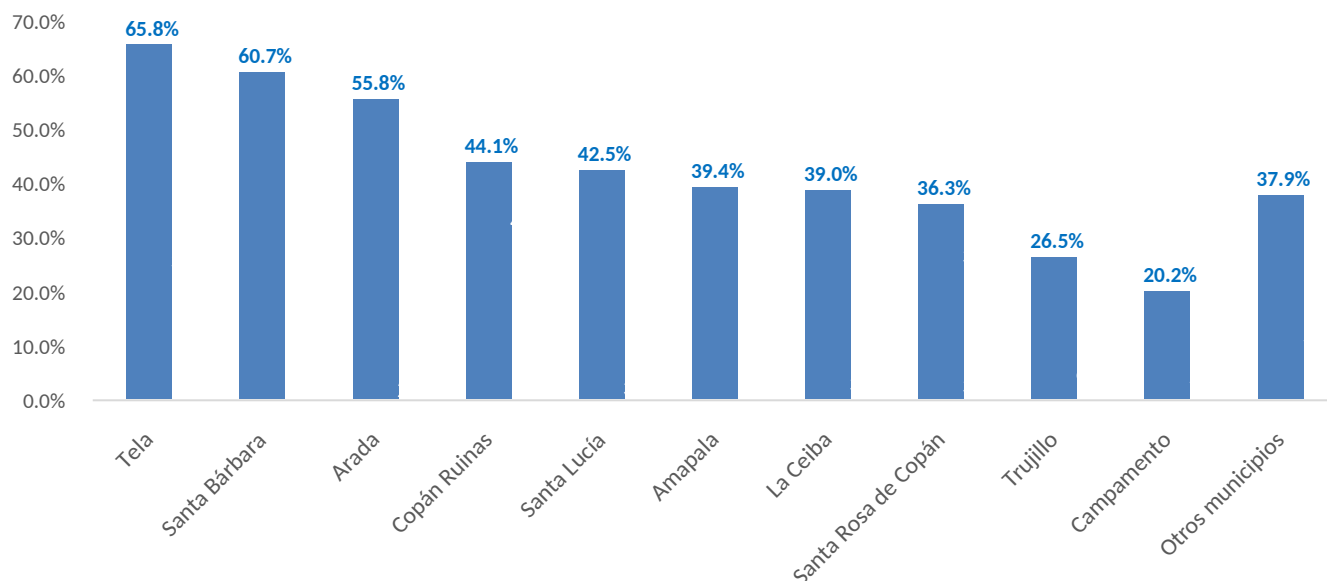
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Reporte de habitaciones disponibles y ocupadas por municipio Semana Morazánica 2025

Municipio	Núm. de hoteles	Promedio de habitaciones disponibles	Promedio de habitaciones ocupadas	Ocupación hotelera
Tela	18	475	313	65.8%
Santa Bárbara	11	177	108	60.7%
Arada	4	42	23	55.8%
Copán Ruinas	35	613	270	44.1%
Santa Lucía	3	44	19	42.5%
Amapala	10	167	66	39.4%
La Ceiba	34	1,166	454	39.0%
Santa Rosa de Copán	31	493	179	36.3%
Trujillo	6	95	25	26.5%
Campamento	6	84	17	20.2%
Otros municipios	11	192	73	37.9%
Total	169	3,548	1,547	43.6%

Nota: Otros municipios incluye a Catacamas, Duce Nombre de Culmí, Juticalpa, Las Vegas y San Esteban.
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Porcentaje de ocupación hotelera por ciudad Semana Morazánica 2025



Nota: Otros municipios incluye a Catacamas, Duce Nombre de Culmí, Juticalpa, Las Vegas y San Esteban.
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Porcentaje diario de ocupación hotelera según municipio Semana Morazánica 2025

Fecha	Tela	Santa Bárbara	Arada	Copán Ruinas	Santa Lucía	Amapala	La Ceiba	Santa Rosa de Copán	Trujillo	Campamento	Otros municipios	Promedio diario
Lunes	45.9%	58.6%	50.0%	16.9%	22.7%	15.5%	35.8%	42.7%	8.4%	13.1%	34.2%	33.5%
Martes	49.3%	65.5%	52.4%	20.5%	25.0%	9.5%	37.7%	34.7%	15.8%	15.5%	37.5%	34.8%
Miércoles	52.4%	69.5%	69.0%	47.1%	43.2%	38.1%	39.4%	35.6%	18.9%	19.0%	32.3%	42.3%
Jueves	84.2%	58.2%	61.9%	73.6%	68.2%	45.2%	40.8%	39.9%	35.8%	21.4%	39.3%	53.2%
Viernes	93.1%	63.4%	64.3%	70.1%	56.8%	83.6%	43.2%	47.0%	44.2%	25.0%	50.8%	58.4%
Sábado	73.1%	62.5%	59.5%	53.7%	59.1%	76.5%	40.9%	37.9%	42.1%	27.4%	37.0%	49.7%
Domingo	62.7%	47.8%	33.3%	26.9%	22.7%	8.3%	35.0%	17.0%	20.0%	20.2%	35.1%	33.3%
Total	65.8%	60.7%	55.8%	44.1%	42.5%	39.4%	39.0%	36.3%	26.5%	20.2%	37.9%	43.6%

Nota: Otros municipios incluye a Catacamas, Duce Nombre de Culmí, Juticalpa, Las Vegas y San Esteban.

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Comparativo de porcentaje diario de ocupación hotelera durante Semana Morazánica con la semana previa

Día	Semana previa a Semana Morazánica	Semana Morazánica
Lunes	36.7%	33.5%
Martes	37.4%	34.8%
Miércoles	37.0%	42.3%
Jueves	39.1%	53.2%
Viernes	35.8%	58.4%
Sábado	40.8%	49.7%
Domingo	32.4%	33.3%
Promedio del periodo	37.0%	43.6%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Comparativo de porcentaje de ocupación hotelera durante Semana Morazánica con la semana previa, por tamaño de hotel

Tamaño de hotel	Núm. de hoteles	Porcentaje de ocupación	
		Semana previa a Semana Morazánica	Semana Morazánica
20 habitaciones o menos	107	31.2%	42.0%
De 21 a 40 habitaciones	46	36.0%	43.1%
De 41 a 60 habitaciones	11	36.9%	36.1%
De 61 habitaciones o más	5	54.8%	57.0%
Total	169	37.0%	43.6%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Comparativo de porcentaje de ocupación hotelera durante Semana Morazánica con la semana previa

Municipio	Núm. de hoteles	Porcentaje de ocupación	
		Semana previa a Semana Morazánica	Semana Morazánica
Tela	18	43.1%	65.8%
Santa Bárbara	11	65.3%	60.7%
Arada	4	48.6%	55.8%
Copán Ruínas	35	25.6%	44.1%
Santa Lucía	3	24.4%	42.5%
Amapala	10	8.2%	39.4%
La Ceiba	34	42.5%	39.0%
Santa Rosa de Copán	31	38.5%	36.3%
Trujillo	6	6.6%	26.5%
Campamento	6	20.9%	20.2%
Otros municipios	11	43.0%	27.9%
Total	169	37.0%	43.6%

Nota: Otros municipios incluye a Catacamas, Duce Nombre de Culmí, Juticalpa, Las Vegas y San Esteban.
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Comparativo de porcentaje de ocupación hotelera durante Semana Morazánica con la semana previa por municipio tamaño de hotel

				Semana previa a Semana Morazánica			Semana Morazánica		
Núm.	Municipio	Tamaño de hotel	Núm. de hoteles	Habitaciones disponibles	Habitaciones ocupadas	Ocupación hotelera	Habitaciones disponibles	Habitaciones ocupadas	Ocupación hotelera
1	Tela	Promedio	18	3,318	1,430	43.1%	3,325	2,188	65.8%
		20 habitaciones o menos	12	1,064	314	29.5%	1,071	509	47.5%
		De 21 a 40 habitaciones	4	644	221	34.3%	644	513	79.7%
		De 41 a 60 habitaciones	1	420	39	9.3%	420	256	61.0%
		61 habitaciones o más	1	1,190	856	71.9%	1,190	910	76.5%
2	Santa Bárbara	Promedio	11	1,224	799	65.3%	1,240	753	60.7%
		20 habitaciones o menos	7	468	249	53.2%	461	230	49.9%
		De 21 a 40 habitaciones	3	531	395	74.4%	529	418	79.0%
		De 41 a 60 habitaciones	1	225	155	68.9%	250	105	42.0%
3	Arada	Promedio	4	294	143	48.6%	294	164	55.8%
		20 habitaciones o menos	4	294	143	48.6%	294	164	55.8%
4	Copán Ruinas	Promedio	35	4,268	1,094	25.6%	4,292	1,893	44.1%
		20 habitaciones o menos	26	2,168	668	30.8%	2,185	1,180	54.0%
		De 21 a 40 habitaciones	7	1,295	303	23.4%	1,295	430	33.2%
		De 41 a 60 habitaciones	1	370	73	19.7%	378	126	33.3%
		61 habitaciones o más	1	435	50	11.5%	434	157	36.2%
5	Santa Lucía	Promedio	3	307	75	24.4%	308	131	42.5%
		20 habitaciones o menos	2	62	25	40.3%	63	47	74.6%
		De 21 a 40 habitaciones	1	245	50	20.4%	245	84	34.3%
6	Amapala	Promedio	10	1,167	96	8.2%	1,171	461	39.4%
		20 habitaciones o menos	7	561	58	10.3%	574	275	47.9%
		De 21 a 40 habitaciones	3	606	38	6.3%	597	186	31.2%
7	La Ceiba	Promedio	34	8,156	3,466	42.5%	8,163	3,181	39.0%
		20 habitaciones o menos	11	1,187	427	36.0%	1,204	469	39.0%
		De 21 a 40 habitaciones	12	2,363	915	38.7%	2,353	910	38.7%
		De 41 a 60 habitaciones	8	2,737	1,117	40.8%	2,737	879	32.1%
		61 habitaciones o más	3	1,869	1,007	53.9%	1,869	923	49.4%
8	Santa Rosa de Copán	Promedio	31	3,489	1,343	38.5%	3,448	1,252	36.3%
		20 habitaciones o menos	22	1,799	601	33.4%	1,796	526	29.3%
		De 21 a 40 habitaciones	9	1,690	742	43.9%	1,652	726	43.9%
9	Trujillo	Promedio	6	665	44	6.6%	665	176	26.5%
		20 habitaciones o menos	5	490	29	5.9%	490	112	22.9%
		De 21 a 40 habitaciones	1	175	15	8.6%	175	64	36.6%
10	Campamento	Promedio	6	588	123	20.9%	588	119	20.2%
		20 habitaciones o menos	5	413	104	25.2%	413	103	24.9%
		De 21 a 40 habitaciones	1	175	19	10.9%	175	16	9.1%
11	Otros municipios	Promedio	11	1,342	577	43.0%	1,345	510	37.9%
		20 habitaciones o menos	6	461	176	38.2%	468	174	37.2%
		De 21 a 40 habitaciones	5	881	401	45.5%	877	336	38.3%
Total			169	24,818	9,190	37.0%	24,839	10,828	43.6%

Nota: Otros municipios incluye a Catacamas, Duce Nombre de Culmí, Juticalpa, Las Vegas y San Esteban
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Personas empleadas por tipo de contratación Semana Morazánica 2025

Tipo de contratación	Cantidad de empleados
Permanentes	1,942
Temporales	361
Total	2,303

Nota: La información corresponde a 224 establecimientos.
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Personas empleadas por municipio, según tipo de contratación

Núm.	Municipio	Establecimientos que brindaron información sobre empleados	Número de empleados		
			Empleados permanentes	Empleados temporales	Total
1	Tela	36	519	124	643
2	La Ceiba	41	470	49	519
3	Santa Rosa de Copán	39	357	52	409
4	Copán Ruinas	37	276	45	321
5	Santa Bárbara	16	82	35	117
6	Juticalpa	12	78	5	83
7	Santa Lucía	3	26	21	47
8	Amapala	10	31	13	44
9	Catacamas	3	27	1	28
10	Trujillo	6	20	7	27
11	Campamento	6	20	6	26
12	Arada	5	10	1	11
13	Dulce Nombre de Culmí	3	8	2	10
14	San Esteban	4	10	0	10
15	Quimistán	1	4	0	4
16	Las Vegas	2	4	0	4
Total		224	1,942	361	2,303

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Personas empleadas por tamaño de hotel, según tipo de contratación

Tamaño de hotel	Núm. de hoteles	Número de empleados		
		Empleados permanentes	Empleados temporales	Total
20 habitaciones o menos	131	577	126	703
De 21 a 40 habitaciones	68	624	139	763
De 41 a 60 habitaciones	17	313	31	344
De 61 habitaciones o más	8	428	65	493
Total	224	1,942	361	2,303

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

3. Resultados de la Encuesta sobre tendencia de ventas en restaurantes

El propósito de la encuesta fue obtener indicadores sobre el comportamiento de las ventas en establecimientos de alimentos y bebidas durante la Semana Morazánica 2025 (del lunes 29 de septiembre al lunes 6 de octubre), en comparación con la semana previa y con Semana Morazánica 2024. Además de la tendencia de ventas, la encuesta incluyó preguntas relacionadas con empleo y gasto promedio por cliente.

La encuesta se aplicó en los departamentos de Santa Bárbara (Arada, Atima, Las Vegas, Quimistán, Santa Bárbara y Trinidad), Olancho (Campamento, Catacamas, Dulce Nombre de Culmí, Juticalpa y San Esteban), Atlántida (La Ceiba y Tela), Colón (Trujillo), Copán (Copán Ruinas y Santa Rosa de Copán), Francisco Morazán (Santa Lucía) y Valle (Amapala).

La fuente para definir los establecimientos que fueron visitados la constituye el Directorio de Establecimientos Turísticos del Instituto Hondureño de Turismo. Uno de los objetivos de las giras de recolección de información fue identificar establecimientos que no estuvieran registrados en el DET.

En total se visitaron 750 establecimientos, de los cuales 301 estaban en operación, 186 cerraron definitivamente y 30 cerraron temporalmente. Las giras de recolección de información identificaron 233 establecimientos en operación, que no se tenían registrados en el DET.

De los 534 establecimientos en operación, 448 brindaron información. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

Tendencia de las ventas

Tendencia de las ventas durante Semana Morazánica 2025 con relación a la semana previa

Porcentaje de variación en ventas	Número de establecimientos	Distribución porcentual
Menor o igual a 0%	42	9.8%
Entre 1% y 40%	173	40.4%
Entre 41% y 60%	113	26.4%
Entre 61% y 90%	77	18.0%
Entre 91% y 100%	21	4.9%
Mayor a 101%	2	0.5%
Total	428	100%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

El 90.2% de los establecimientos encuestados reportaron aumento en las ventas al compararlas con la semana previa a Semana Morazánica 2025. En promedio, estos establecimientos reportaron un incremento del 47.3% en sus ventas.

Tendencia de las ventas durante Semana Morazánica 2025 con relación a Semana Morazánica 2024

Porcentaje de variación en ventas	Número de establecimientos	Distribución porcentual
Menor o igual a 0%	56	13.5%
Entre 1% y 40%	167	40.2%
Entre 41% y 60%	96	23.1%
Entre 61% y 90%	75	18.1%
Entre 91% y 100%	20	4.8%
Mayor a 101%	1	0.3%
Total	415	100%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

El 86.5% de los establecimientos encuestados reportaron aumento en las ventas durante Semana Morazánica 2025, en comparación con la Semana Morazánica 2024. En promedio estos establecimientos indicaron un aumento en las ventas del 47.4%.

Al analizar los resultados de la variación en las ventas de más de 400 establecimientos de alimentos y bebidas durante la Semana Morazánica 2025 en comparación con el mismo

periodo en 2024, se observa que la mayoría de los establecimientos experimentó un incremento en sus ventas. El 86.5% (359 locales) reportó crecimiento.

El grupo más representativo es el de aquellos que crecieron entre un 1% y un 40%, abarcando a 167 restaurantes, lo que equivale al 40.2% del total.

Existe un dinamismo notable en casi una cuarta parte de la muestra; el 23.1% de los restaurantes logró aumentar sus ventas en un rango de 41% a 60%.

21 establecimientos que representan el 5.1% reportaron aumentos superiores al 91%, destacando un restaurante que incluso logró duplicar sus ventas con un crecimiento mayor al 101%.

Se resalta que, el 13.5% de los establecimientos (56 restaurantes) no percibió crecimiento o reportó ventas menores o iguales a las del año anterior.

En resumen, los datos reflejan una Semana Morazánica 2025 altamente positiva para los establecimientos del sector gastronómico que respondieron la encuesta. El hecho de que el 86.5% reportó aumento en las ventas, sugiere una fuerte reactivación del consumo turístico durante Semana Morazánica 2025 en comparación con el año 2024.

Precios promedios por cliente

Distribución de establecimientos de alimentos y bebidas por rango de precios

Rango	Número de establecimientos	Distribución porcentual
Menor a L.300.00	339	79%
Entre L301.00 a L500.00	60	14%
Mayor a L501.00	31	7%
Total	430	100%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

La información brindada por 430 establecimientos muestra una mayor concentración en el segmento de bajo costo. El 79% de los establecimientos (339 establecimientos) operan con rangos menores a L300.00, lo que podría indicar una tendencia orientada a un mercado masivo o de presupuesto limitado. El 14% de los establecimientos se ubican en el rango de L301.00 a L500.00, importante resaltar la brecha considerable con relación al rango menor a L300.00.

El segmento de precios superiores a L501.00 es el más reducido, con 31 establecimientos, equivalentes al 7% del total. Los resultados antes presentados, revelan un mercado

altamente competitivo en precios bajos, donde casi 8 de cada 10 establecimientos compiten en el rango inferior a los L300.00.

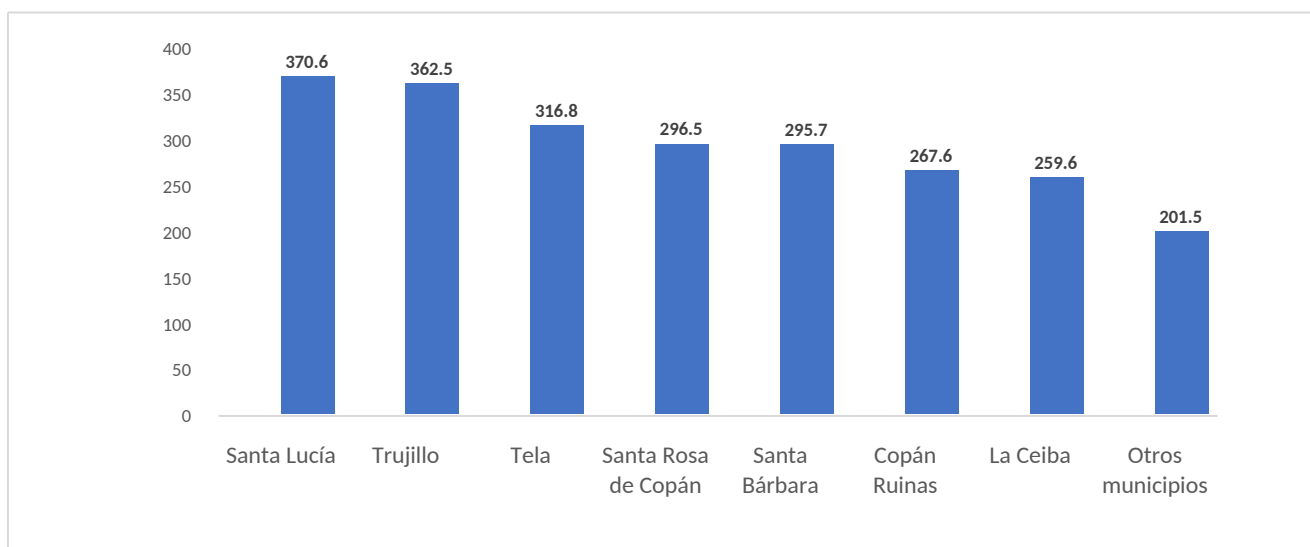
Gasto promedio por cliente en establecimientos de alimentos y bebidas por municipio

Municipio	Número de establecimientos	Gasto promedio (Lempiras)
Santa Lucía, Francisco Morazán	41	370.6
Trujillo, Colón	4	362.5
Tela, Atlántida	32	316.8
Santa Rosa de Copán, Copán	73	296.5
Santa Bárbara, Santa Bárbara	58	295.7
Copán Ruinas, Copán	65	267.6
La Ceiba, Atlántida	63	259.6
Otros municipios	94	201.5
Total	430	275.0

Nota: Otros municipios está conformado por Amapala, Atima, Arada, Campamento, Catacamas, Dulce Nombre de Culmí, Juticalpa, Las Vegas y San Esteban.

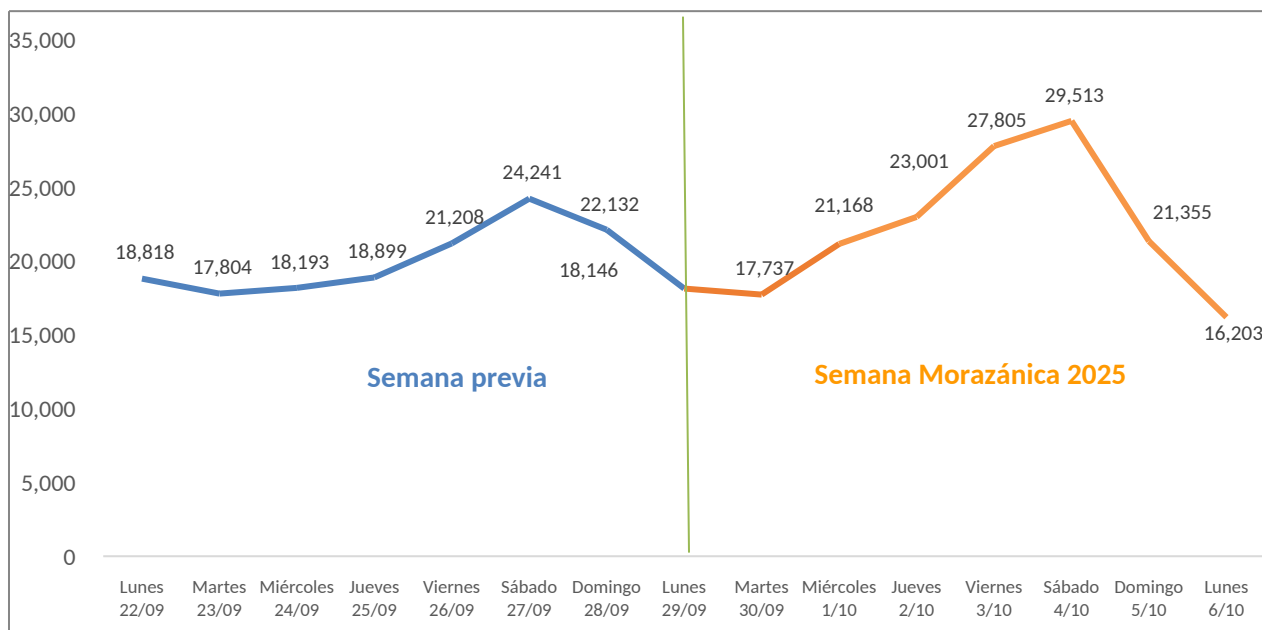
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Gasto promedio por cliente en establecimientos de alimentos y bebidas por municipio (Lempiras)



Nota: Otros municipios está conformada por Amapala, Atima, Arada, Campamento, Catacamas, Dulce Nombre de Culmí, Juticalpa, Las Vegas y San Esteban.

Tendencia del número diario de clientes atendidos
Del lunes 22 de septiembre al lunes 06 de octubre



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Empleos

426 establecimientos proporcionaron información sobre el número de personas empleadas, reportando un total de 2,740 empleados, de ellos, 2,420 son empleados permanentes (88.3%) y 320 temporales (11.7%). Lo anterior indica una fuerza laboral fija.

Entre los empleados temporales, 92 fueron contratados específicamente para atender la demanda asociada al periodo vacacional de la Semana Morazánica 2025.

Número de personas empleadas en establecimientos de alimentos y bebidas por municipio Semana Morazánica 2025

Municipio	Número de establecimientos	Número de empleados		
		Empleado permanentes	Empleados temporales	Total empleados
Copán Ruinas, Copán	65	330	41	371
La Ceiba, Atlántida	63	523	30	553
Santa Rosa de Copán, Copán	73	488	46	534
Santa Bárbara, Santa Bárbara	59	281	15	296
Santa Lucía, Francisco Morazán	37	212	46	258
Tela, Atlántida	32	169	41	210
Juticalpa, Olancho	13	110	16	126
Las Vegas, Santa Bárbara	14	53	1	54
Catacamas, Olancho	7	57	24	81
Campamento, Olancho	18	56	10	66
Atima, Santa Bárbara	10	29	21	50
Amapala, Valle	16	32	15	47
San Esteban, Olancho	7	33	5	38
Trujillo, Colón	4	28	6	34
Arada, Santa Bárbara	7	16	2	18
Dulce Nombre de Culmí, Olancho	1	3	1	4
Total	426	2,420	320	2,740

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

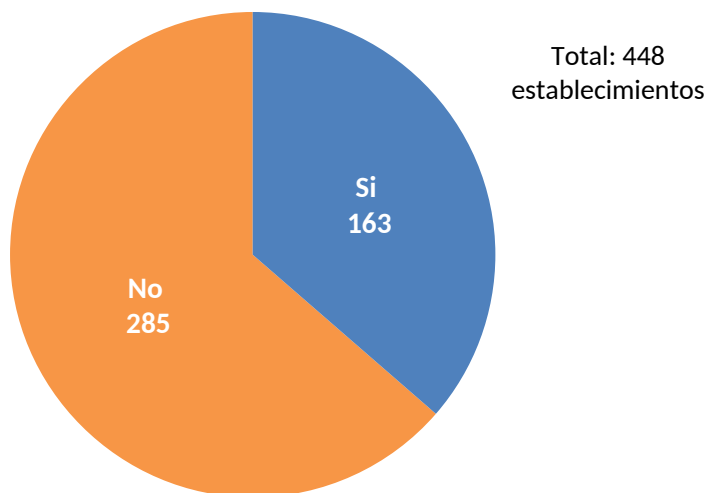
Distribución de establecimientos de alimentos y bebidas por tamaño y municipio¹

Municipio	Micro empresa	Pequeña empresa	Total, por municipio
Santa Rosa de Copán, Copán	58	15	73
Copán Ruinas, Copán	58	7	65
La Ceiba, Atlántida	44	19	63
Santa Bárbara, Santa Bárbara	55	4	59
Santa Lucía, Francisco Morazán	33	4	37
Tela, Atlántida	27	5	32
Campamento, Olancho	18		18
Amapala, Valle	16		16
Las Vegas, Santa Bárbara	14		14
Juticalpa, Olancho	10	3	13
Atima, Santa Bárbara	9	1	10
Catacamas, Olancho	5	2	7
San Esteban, Olancho	6	1	7
Arada, Santa Bárbara	7		7
Trujillo, Colón	3	1	4
Dulce Nombre de Culmí, Olancho	1		1
Total, por tamaño	364	62	426

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

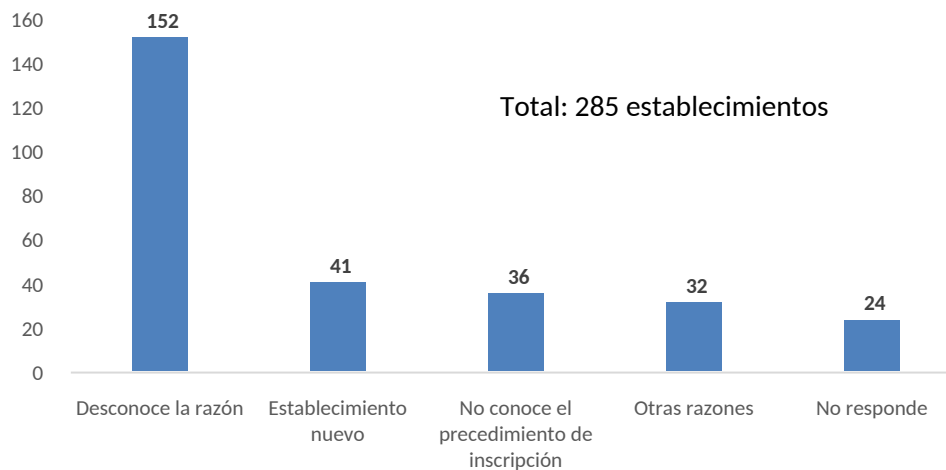
¹ Clasificación realizada de acuerdo a la Ley de fomento y desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa. Microempresa de 1 a 10 empleados, Pequeña empresa de 11 a 50 empleados.

¿El establecimiento de alimentos y bebidas está inscrito en el Registro Nacional de Turismo?



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

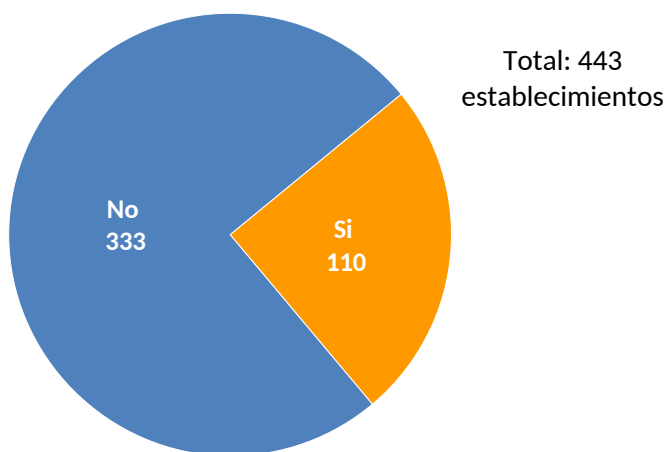
Razones por las cuales el establecimiento no está inscrito en el Registro Nacional de Turismo



Nota: "Otras razones" incluye: a) Lo consideran innecesario, b) No hay beneficios, c) Por falta de tiempo, d) Desventaja de porcentaje, e) No estaba el encargado, f) Pendiente de renovación, g) Sigue en construcción y h) trámite de escrituras.

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

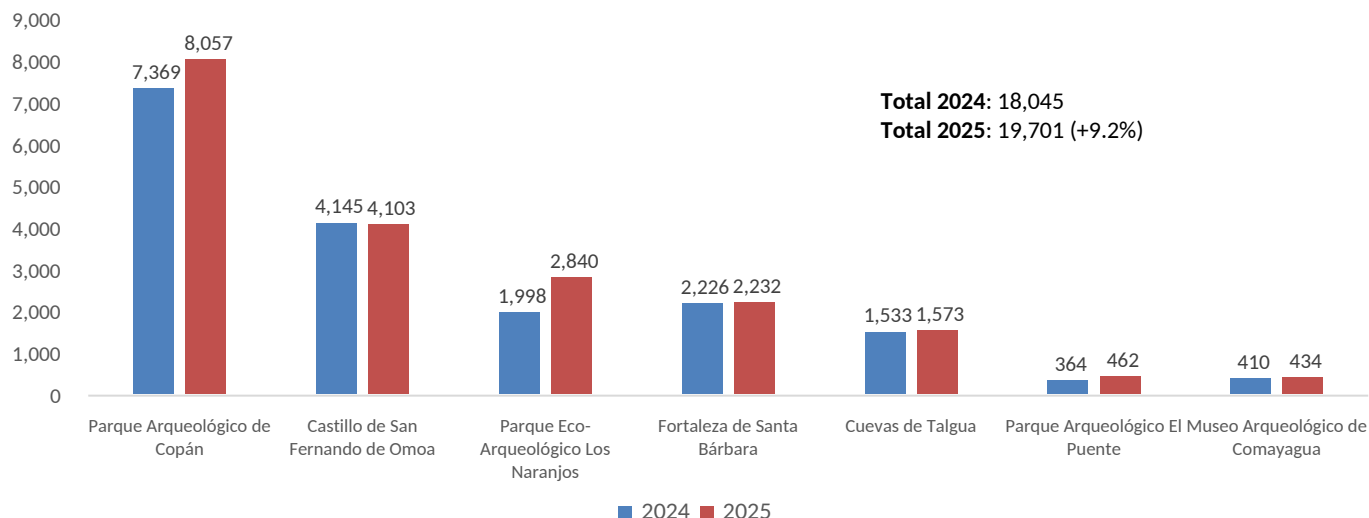
¿El establecimiento de alimentos y bebidas es beneficiario de la Ley de Fomento al Turismo?



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

4. Ingreso de visitantes a parques y museos

Ingreso de visitantes a parques y museos
 Semana Morazánica
 Años 2024-2025



Fuente: Instituto Hondureño de Antropología e Historia.

Ingreso de visitantes a parques y museos por nacionalidad Semana Morazánica Años 2024-2025

Sitio	Año 2024			Año 2025		
	Nacionalidad hondureña	Nacionalidad extranjera	Total	Nacionalidad hondureña	Nacionalidad extranjera	Total
Parque Arqueológico de Copán	490	6,879	7,369	441	7,616	8,057
Castillo de San Fernando de Omoa	56	4,089	4,145	92	4,011	4,103
Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos	7	1,991	1,998	8	2,832	2,840
Fortaleza de Santa Bárbara	6	2,220	2,226	6	2,226	2,232
Cuevas de Talgua	5	1,528	1,533	5	1,568	1,573
Parque Arqueológico El Puente	0	364	364	2	460	462
Museo Arqueológico de Comayagua	5	405	410	6	428	434
Total	569	17,476	18,045	560	19,141	19,701

Fuente: Instituto Hondureño de Antropología e Historia.

5. Anexos

Anexo 1: Resultados sobre el perfil del turista por ciudad

Motivo principal del viaje realizado por el turista según ciudad de aplicación

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025

Motivo del viaje	Copán Ruinas	La Ceiba	Tela	Trujillo	Otras	Total
Vacaciones, recreo y ocio	88.6%	71.0%	77.4%	74.7%	38.5%	64.9%
Visitar a familiares y amigos	8.3%	22.9%	17.3%	24.1%	51.3%	29.0%
Otro	3.1%	6.1%	5.3%	1.2%	10.2%	6.1%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Acompañante del viaje realizado por el turista según ciudad de aplicación

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025

Acompañante	Copán Ruinas	La Ceiba	Tela	Trujillo	Otras	Total
En familia	79.2%	66.8%	78.3%	66.4%	64.0%	70.6%
En pareja	15.5%	20.5%	12.5%	10.4%	15.3%	14.5%
Con amigos	4.4%	5.9%	5.9%	21.9%	12.2%	10.2%
Solo	0.9%	5.1%	2.0%	1.3%	6.4%	3.5%
Con compañeros de trabajo	0.0%	1.7%	1.3%	0.0%	2.1%	1.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

¿Es su primera visita?
Distribución porcentual (Turista)
Semana Morazánica 2025

Primera visita	Copán Ruinas	La Ceiba	Tela	Trujillo	Otras	Total
No	61.0%	91.2%	95.4%	66.9%	74.9%	76.8%
Si	39.0%	8.8%	4.6%	33.1%	25.1%	23.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Los resultados anteriores muestran la fidelidad de los turistas en los destinos. En general la mayoría de las personas encuestadas ya conocían el destino elegido, solo el 23.2% del total de turistas realizó su primera visita durante este periodo.

Tela y La Ceiba, son los destinos con mayor "lealtad". En el caso de Tela, el 95.4% de sus visitantes ya habían estado ahí, solo un 4.6% fue por primera vez. La Ceiba sigue un patrón similar, con un 91.2% de turistas recurrentes.

Copán Ruinas es la ciudad con mayor atracción de "nuevos turistas", es el destino que más "caras nuevas" atrajo, con un 39.0% de personas visitando por primera vez. Importante resaltar que, en esta ciudad, el 83.5% de los encuestados respondió haber recibido información que le motivó a realizar el viaje. Trujillo muestra también una capacidad de atracción importante con un 33.1% de primeros visitantes.

En general, los viajes durante Semana Morazánica 2025 se basaron fuertemente en la repetición, mientras que destinos de playa como Tela y La Ceiba son lugares tradicionales a los que la gente vuelve año con año, destinos culturales o históricos como Copán Ruinas tienen un mayor éxito atrayendo a nuevos segmentos de población, dato clave para el crecimiento turístico.

Opción de transporte utilizado por el turista para realizar el viaje, según ciudad de aplicación

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025

Medio de transporte	Copán Ruinas	La Ceiba	Tela	Trujillo	Otras	Total
Vehículo propio	99.1%	94.2%	96.3%	100.0%	90.7%	94.9%
Vehículo rentado	0.9%	5.1%	1.8%	0.0%	4.2%	2.7%
Otro	0.0%	0.7%	1.4%	0.0%	5.1%	2.3%
No especificó	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.1%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Nota: Otro tipo incluye transporte colectivo regular y no regular.

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Tipo de alojamiento utilizado por el turista según ciudad de aplicación

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025

Tipo de alojamiento	Copán Ruinas	La Ceiba	Tela	Trujillo	Otras	Total
Hotel o similar	70.7%	39.0%	47.6%	56.8%	33.0%	47.3%
Vivienda de familiares o amigos	12.1%	52.8%	27.2%	27.9%	55.7%	37.0%
Airbnb	16.3%	6.8%	19.9%	10.8%	4.7%	11.3%
Vivienda propia	0.0%	1.4%	4.4%	1.2%	5.8%	3.3%
VRBO	0.0%	0.0%	0.0%	2.8%	0.0%	0.4%
Otro	0.3%	0.0%	0.9%	0.0%	0.7%	0.5%
No utilizó	0.6%	0.0%	0.0%	0.5%	0.1%	0.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Nota. Los turistas que respondieron no haber utilizado alojamiento, aclararon haber pasado la noche en la plata o en tiendas de campaña.

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Forma de organización del viaje realizado por el turista, por ciudad de aplicación

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025

Forma de organización del viaje	Copán Ruinas	La Ceiba	Tela	Trujillo	Otras	Total
De forma independiente	99.0%	98.0%	100.0%	100.0%	96.8%	98.5%
Con paquete turístico	0.4%	2.0%	0.0%	0.0%	3.0%	1.3%
No respondió	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

¿Recibió información que le incitó a realizar el viaje?

Turista
Semana Morazánica 2025

Indicador	Copán Ruinas	La Ceiba	Tela	Trujillo	Otros	Total
No recibió	16.5%	57.6%	45.0%	61.3%	59.8%	49.0%
Si recibió	83.5%	38.9%	52.8%	31.2%	38.7%	48.7%
No respondió	0.0%	3.5%	2.2%	7.5%	1.5%	2.3%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Medio por el que el turista recibió información que le incitó a realizar el viaje, por ciudad de aplicación

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025

Medio	Copán Ruinas	La Ceiba	Tela	Trujillo	Otros	Total
Recomendación personal	61.5%	90.7%	87.9%	64.7%	74.7%	73.6%
Televisión	1.0%	1.9%	2.6%	35.3%	7.0%	6.2%
Facebook	6.3%	5.6%	2.6%	0.0%	7.5%	5.3%
Instagram	6.3%	1.8%	3.4%	0.0%	0.6%	3.0%
Otro	24.9%	0.0%	3.5%	0.0%	10.2%	11.9%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Medio por el que el turista recibió información que le incitó a realizar el viaje, por ciudad de residencia

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025

Ciudad de residencia	Recomendación personal	Facebook	Instagram	Página web	Televisión	Otros	Total
San Pedro Sula	76.7%	5.5%	1.8%	3.7%	3.7%	8.6%	100.0%
Distrito Central	70.4%	7.4%	5.9%	3.0%	2.2%	11.1%	100.0%
Choloma	68.0%	0.0%	4.0%	0.0%	4.0%	24.0%	100.0%
Puerto Cortés	60.9%	17.4%	0.0%	4.4%	13.0%	4.3%	100.0%
El Progreso	90.9%	0.0%	0.0%	4.6%	0.0%	4.5%	100.0%
Santa Bárbara	61.9%	4.8%	4.8%	14.3%	4.7%	9.5%	100.0%

Juticalpa	66.6%	0.0%	5.6%	0.0%	0.0%	27.8%	100.0%
Santa Rosa de Copán	77.7%	5.6%	0.0%	0.0%	5.6%	11.1%	100.0%
Siguatepeque	66.7%	6.7%	0.0%	0.0%	20.0%	6.6%	100.0%
La Ceiba	80.0%	0.0%	0.0%	0.0%	13.3%	6.7%	100.0%
Otras	67.3%	6.6%	2.0%	1.0%	14.4%	8.7%	100.0%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Perfil del turista según ciudad de aplicación

Distribución porcentual
Semana Morazánica 2025

Indicador	Copán Ruinas	La Ceiba	Tela	Trujillo	Otras	Total
Sexo						
Hombre	55.2%	54.6%	49.9%	42.6%	44.2%	48.2%
Mujer	44.1%	44.6%	42.6%	57.2%	51.0%	48.3%
No respondió	0.7%	0.8%	7.5%	0.2%	4.8%	3.5%
Edad						
Menor o igual a 18 años	22.1%	19.2%	27.2%	21.7%	21.0%	22.4%
De 19 a 30 años	31.1%	30.2%	24.4%	28.9%	30.9%	29.2%
De 31 a 40 años	21.8%	24.3%	19.3%	24.7%	23.9%	22.8%
De 41 a 50 años	13.5%	15.0%	15.7%	8.7%	14.5%	13.7%
Mayor de 50 años	11.5%	11.3%	13.4%	16.0%	9.7%	11.9%
Último nivel educativo finalizado (Informante)						
Primaria	1.3%	2.9%	14.2%	0.6%	8.9%	6.7%
Secundaria	30.0%	29.9%	28.4%	8.6%	34.7%	28.6%
Superior	65.0%	65.0%	48.6%	77.9%	46.7%	56.6%
Postgrado / Maestría / Doctorado	3.1%	2.2%	8.3%	12.3%	7.2%	6.8%
Ninguno	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	2.5%	1.1%
No respondió	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.2%
Categoría laboral (Informante)						
Asalariado	69.5%	56.9%	73.9%	89.5%	50.6%	64.2%
Cuenta propia	28.7%	40.9%	24.3%	10.5%	44.1%	32.8%
Desempleado	0.9%	0.7%	0.9%	0.0%	3.8%	1.9%
No remunerado	0.9%	1.5%	0.9%	0.0%	1.5%	1.1%
Ocupación (Informante)						
Profesional	49.8%	35.3%	27.3%	79.8%	41.2%	44.9%
Trabajador de servicios y/o vendedor	4.5%	19.9%	24.5%	1.2%	16.5%	14.0%

Director o Gerente	12.7%	14.0%	12.0%	11.0%	12.3%	12.4%
Operario, artesano u otro oficio	14.5%	4.4%	11.6%	4.3%	12.1%	10.5%
Técnico o profesional de nivel medio	6.8%	17.6%	17.1%	0.6%	9.3%	10.0%
Personal de apoyo administrativo	9.5%	5.1%	5.6%	0.0%	5.5%	5.5%
Jubilado	1.4%	2.2%	0.9%	2.5%	0.9%	1.3%
Estudiante	0.4%	0.7%	0.0%	0.0%	1.3%	0.7%
Ama de casa	0.4%	0.8%	1.0%	0.0%	0.0%	0.3%
No respondió	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.9%	0.4%
Estado civil (Informante)						
Casado	70.4%	65.0%	60.1%	53.4%	49.5%	57.5%
Soltero	29.1%	35.0%	37.2%	46.6%	49.9%	41.7%
Otro	0.5%	0.0%	2.3%	0.0%	0.6%	0.7%
No respondió	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.1%

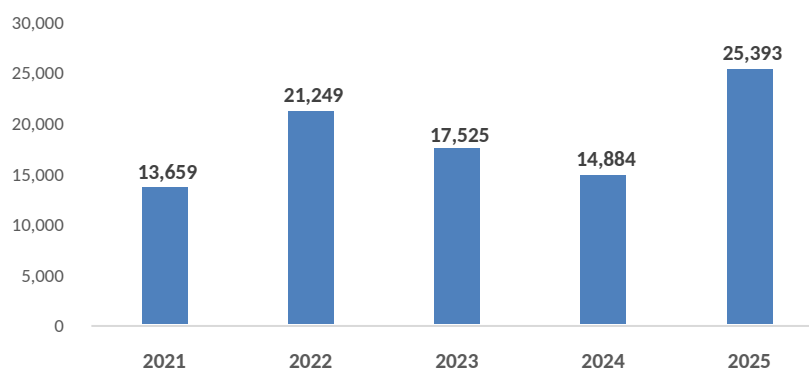
Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Anexo 2 Flujo de viajeros internacionales

Ingreso de viajeros

Ingreso de viajeros no residentes

Semana Morazánica
Años 2021-2025



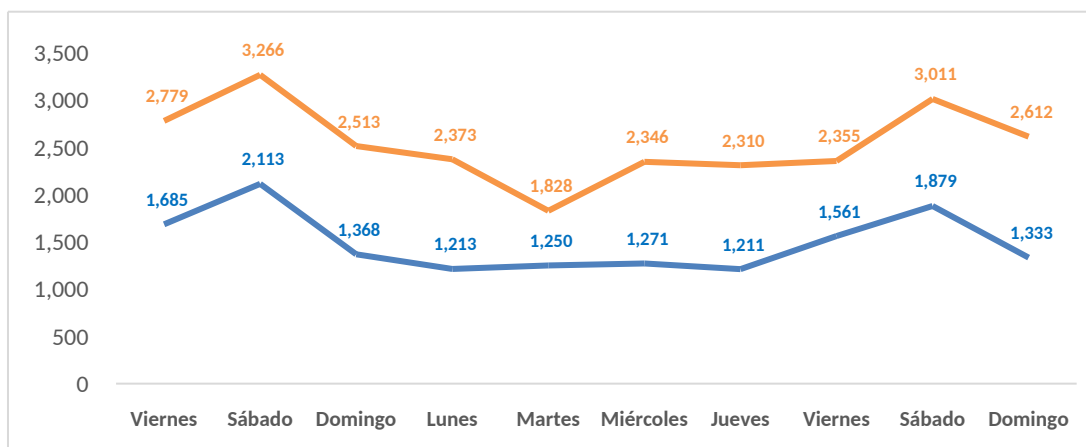
Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Distribución de ingreso de viajeros no residentes por día

Semana Morazánica
Años 2024-2025



Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Ingreso de viajeros por país de residencia Semana Morazánica Años 2021-2025

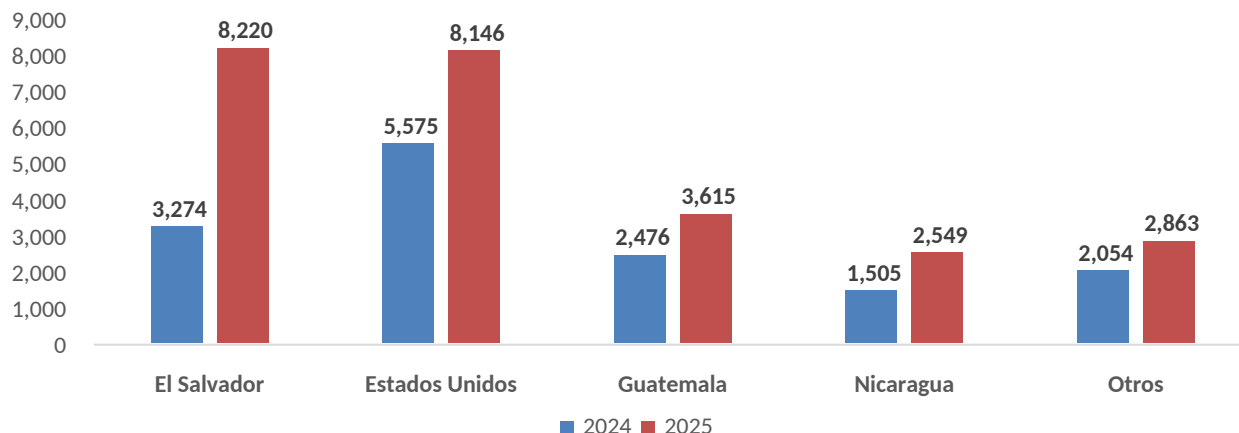
País	2021	2022	2023	2024	2025	Variación anual				Distribución porcentual				
						22/23	23/22	24/23	25/24	2021	2022	2023	2024	2025
El Salvador	3,252	4,409	4,619	3,274	8,220	35.6%	4.8%	-29.1%	151.1%	24%	21%	26%	22%	32%
Estados Unidos	6,623	7,875	7,048	5,575	8,146	18.9%	-10.5%	-20.9%	46.1%	48%	37%	40%	37%	32%
Guatemala	1,453	2,559	2,245	2,476	3,615	76.1%	-12.3%	10.3%	46.0%	11%	12%	13%	17%	14%
Nicaragua	711	3,960	1,294	1,505	2,549	457.0%	-67.3%	16.3%	69.4%	5%	19%	7%	10%	10%
México	261	323	285	282	410	23.8%	-11.8%	-1.1%	45.4%	2%	2%	2%	2%	2%
España	296	404	457	247	380	36.5%	13.1%	-46.0%	53.8%	2%	2%	3%	2%	1%
Costa Rica	165	204	179	148	368	23.6%	-12.3%	-17.3%	148.6%	1%	1%	1%	1%	1%
Otros	898	1,515	1,398	1,377	1,705	68.7%	-7.7%	-1.5%	23.8%	7%	7%	8%	9%	7%
Total	13,659	21,249	17,525	14,884	25,393	55.6%	-17.5%	-15.1%	70.6%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Ingreso de viajeros por país de residencia Semana Morazánica Años 2024-2025

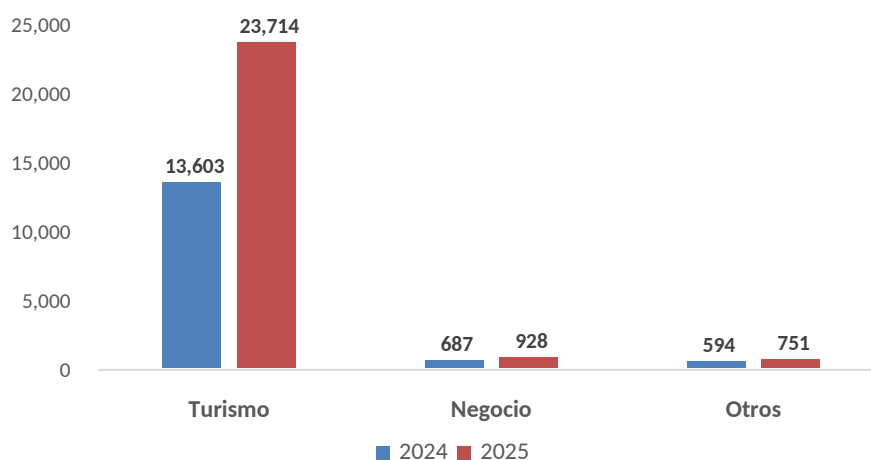


Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Ingreso de viajeros no residentes por motivo migratorio de ingreso Semana Morazánica Años 2024-2025



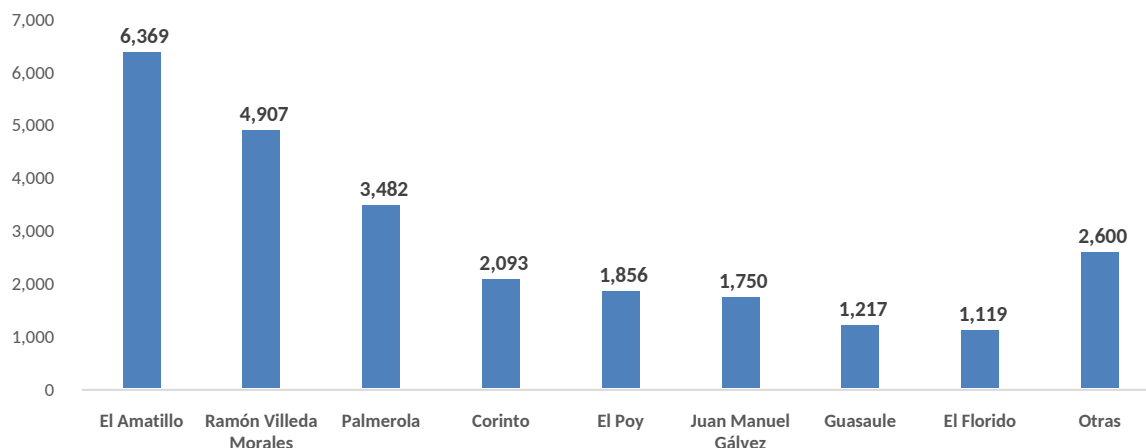
Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Ingreso de viajeros no residentes por delegación de ingreso

Semana Morazánica 2025



Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Ingreso de viajeros no residentes por delegación de ingreso

Semana Morazánica
Años 2021-2025

Delegación	2021	2022	2023	2024	2025
El Amatillo	1,754	2,804	2,777	2,385	6,369
Ramón Villeda Morales	5,332	4,817	4,614	3,004	4,907
Palmerola		2,850	3,017	2,290	3,482
Corinto	1,051	1,850	1,459	1,721	2,093
El Poy	1,436	1,475	1,990	928	1,856
Juan Manuel Gálvez	1,083	2,015	1,145	1,827	1,750
Guasaule	314	3,206	852	691	1,217
El Florido	385	614	591	836	1,119
Otras	2,304	1,618	1,080	1,202	2,600
Total	13,659	21,249	17,525	14,884	25,393

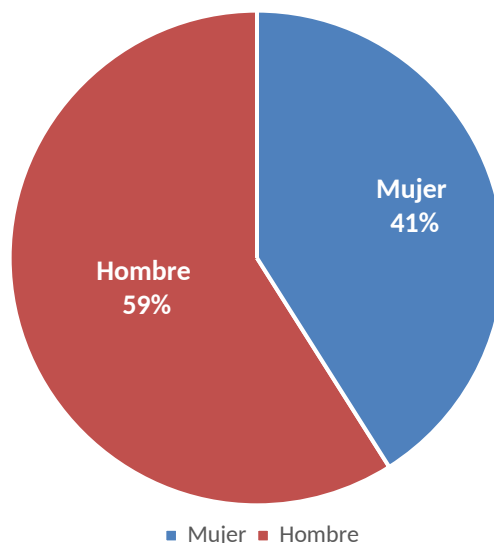
Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Distribución del viajero receptor por sexo

Semana Morazánica
Año 2025



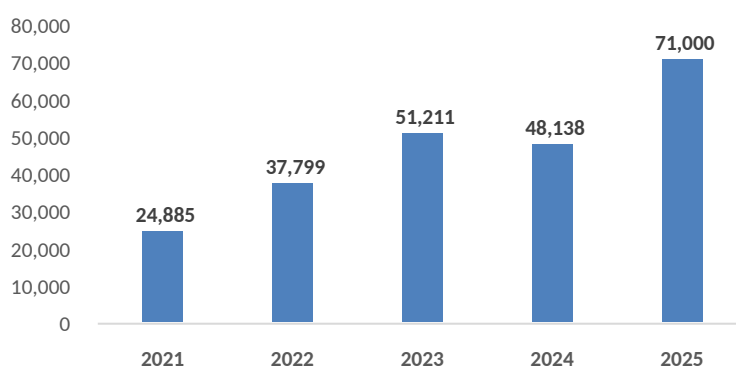
Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Salida de viajeros

Salida de viajeros hondureños Semana Morazánica Años 2021-2025

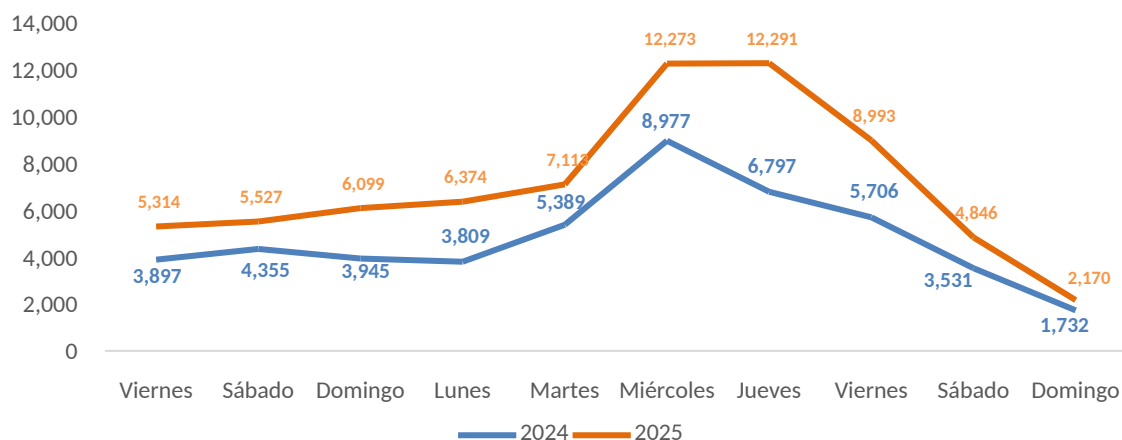


Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Distribución de salidas de viajeros hondureños por día Semana Morazánica Años 2024-2025



Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Salida de viajeros por país destino Semana Morazánica Años 2021-2025

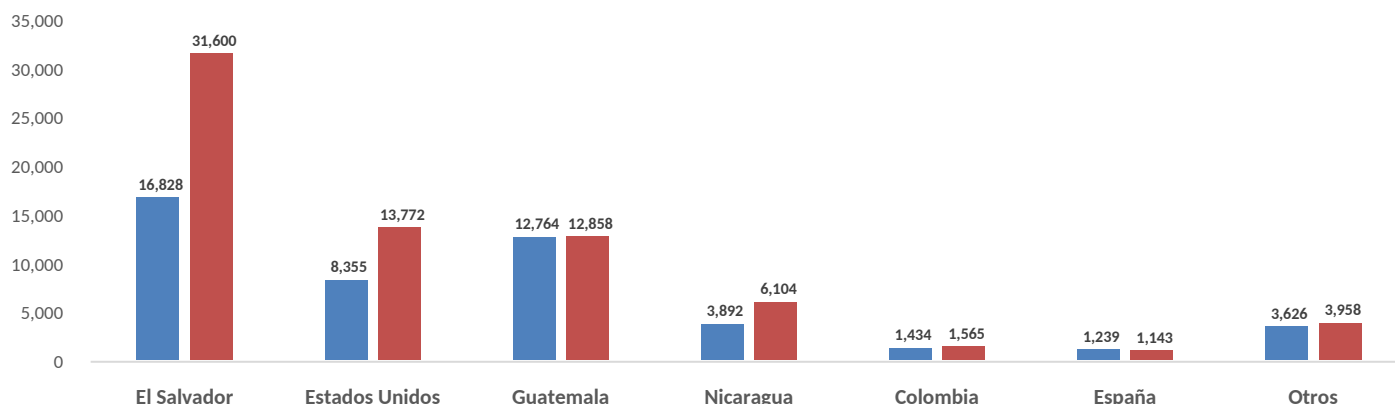
País	2021	2022	2023	2024	2025	Variación anual				Distribución porcentual				
						22/23	23/22	24/23	25/24	2021	2022	2023	2024	2025
El Salvador	6,416	10,164	16,099	16,828	31,600	58%	58%	5%	88%	26%	27%	31%	35%	45%
Estados Unidos	8,313	9,488	11,051	8,355	13,772	14%	16%	-24%	65%	33%	25%	22%	17%	19%
Guatemala	6,333	10,010	14,083	12,764	12,858	58%	41%	-9%	1%	25%	26%	27%	27%	18%
Nicaragua	644	2,845	3,705	3,892	6,104	342%	30%	5%	57%	3%	8%	7%	8%	9%
Colombia	289	1054	1116	1434	1565	265%	6%	28%	9%	1%	3%	2%	3%	2%
España	1222	1369	1609	1239	1143	12%	18%	-23%	-8%	5%	4%	3%	3%	2%
Otros	1,668	2,869	3,548	3,626	3,958	72%	24%	2%	9%	7%	8%	7%	8%	6%
Total	24,885	37,799	51,211	48,138	71,000	52%	35%	-6%	47%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Salida de viajeros hondureños por país destino Semana Morazánica Años 2024 - 2025



Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Salida de viajeros hondureños por motivo migratorio de salida

Semana Morazánica

Años 2021- 2025

Motivo	2021	2022	2023	2024	2025
Turismo	23,902	36,064	49,832	46,385	69,145
Negocio	362	572	373	554	518
Estudio	175	375	377	464	499
Salud	240	368	260	277	408
Otros	206	420	369	458	430
Total	24,885	37,799	51,211	48,138	71,000

Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

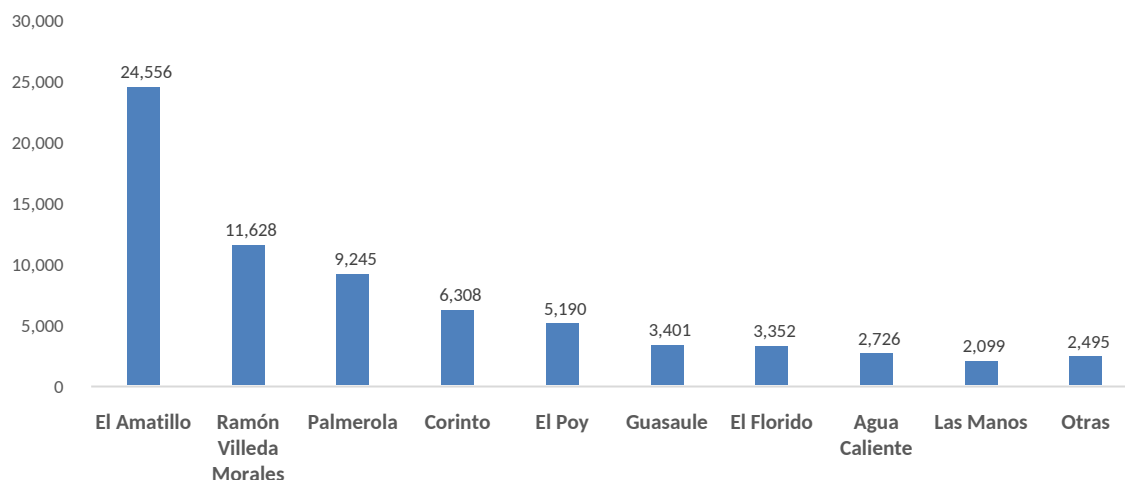
Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Salida de viajeros hondureños por delegación de salida

Semana Morazánica

Año 2025



Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Salida de viajeros hondureños por delegación de salida Semana Morazánica Años 2021- 2025

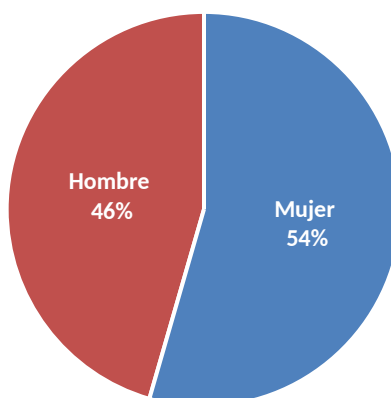
Delegación	2021	2022	2023	2024	2025
El Amatillo	4,094	6,792	11,356	12,623	24,556
Ramón Villeda Morales	8,480	8,228	9,584	6,865	11,628
Palmerola		6,719	8,210	7,788	9,245
Corinto	4,458	6,091	8,365	6,577	6,308
El Poy	2,229	2,973	4,546	3,878	5,190
Guasaule	324	1,491	1,941	1,767	3,401
El Florido	1,221	1,198	1,915	3,153	3,352
Agua Caliente	412	2,224	2,780	2,630	2,726
Las Manos	324	1,067	1,384	1,777	2,099
Otras	3,343	1,016	1,130	1,080	2,495
Total	24,885	37,799	51,211	48,138	71,000

Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Distribución del viajero emisor por sexo Semana Morazánica Año 2025



Nota 1: Se excluyen los siguientes motivos: transportista, tránsito, residencia, oficial, trabajador temporal, trabajador fronterizo, fallecido, vulnerable, retorno voluntario, retornado, deportado, extraditado, protección y tránsito retornado.

Nota 2: Las cifras corresponden al periodo desde el viernes antes de Semana Morazánica al domingo de Semana Morazánica. Diez días en cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Migración.

Anexo 3 Metodología de levantamiento de información

Metodología de levantamiento de información

Encuesta de perfil y satisfacción del visitante (del lunes 29 de septiembre al domingo 5 de octubre)

La EPYSV tuvo como objetivo obtener información sobre el perfil del visitante hondureño y extranjero, características principales del viaje realizado y sobre la calificación que los visitantes brindaron a los servicios recibidos durante su viaje dentro del territorio hondureño. La encuesta se aplicó del lunes 29 de septiembre al domingo 5 de octubre. En el cuadro que se presenta a continuación se definen los puntos de aplicación:

Núm.	Ciudad /Punto de levantamiento
	Santa Bárbara
	Santa Bárbara
1	RN20 Salida hacia Pito Solo

Núm.	Ciudad /Punto de levantamiento
	Copán Ruinas
17	Antigua Posta Policial, carretera desde La Entrada Copán
	Olancho

2	RN20 Salida hacia Gualala
	Quimistán
3	Salida hacia Pinalajo
	Las Vegas
4	Salida hacia Cortés
	Trinidad
5	Gasolinera Puma Energy, salida a La Unión
	Atima
6	Salida a San Nicolás
7	Desvío salida hacia San Pedrito y Nueva Victoria
8	Salida al Níspero
9	Salida a San Vicente
	Atlántida
	La Ceiba
10	Posta Policial López Bonito
11	Posta Policial Satuyé
	Tela
12	Posta Venecia (salida a El Progreso)
13	Desvío a Triunfo de la Cruz
	Colón
	Trujillo
14	Posta El Triángulo
	Copán
	Santa Rosa de Copán
15	CA4 Gasolinera Puma Universitaria (Salida norte)
16	CA4 Recta en El Derrumbo (Salida sur)

	Catacamas
18	Estación Puma Guanapito salida a Juticalpa
19	Salida a Azacualpa
	Juticalpa
20	Salida hacia Santa María del Real
21	Salida hacia Talanquera
	Dulce Nombre de Culmí
22	Salida hacia Aldea La Campana
	San Esteban
23	Salida hacia La Venta
24	Salida hacia El Carbón
	Campamento
25	Salida a El Carrizal
26	Salida a El Nance
	Valle
	Amapala
27	Playas y Plazas públicas
	Francisco Morazán
	Santa Lucía
28	Triángulo salida a Tegucigalpa y Valle de Ángeles

Notas:

- ☐ Se abordó al viajero en el vehículo en el que se transportaba, tras la finalización de la primera entrevista, se abordó al siguiente viajero y así sucesivamente durante toda la jornada de trabajo de 8:00 a.m. a 4:00 p.m.
- ☐ La encuesta se aplicó al visitante al finalizar su viaje, en el momento de salida de la ciudad de aplicación.
- ☐ No se obtuvo muestra suficiente para generar información sobre el visitante extranjero.
- ☐ Se obtuvo apoyo policial para detener los vehículos y aplicar la encuesta.

Encuesta de ocupación hotelera

La encuesta de ocupación hotelera fue aplicada por investigadores de campo, quienes realizaron las giras de recolección de información del 6 al 11 de octubre. La encuesta electrónica fue aplicada a través de teléfonos móviles con sistema operativo Android.

Resultados de las giras de recolección de información sobre ocupación hotelera Semana Morazánica 2025

Indicador	Número de establecimientos
Establecimientos en actividad	295
Registrados en Directorio de Establecimientos turísticos	259
No estaban registrados en el Directorio de Establecimientos turísticos	36
Cerrado definitivamente	31
Cerrado temporalmente	29

A través de la encuesta, se solicitó el número de habitaciones ocupadas de forma diaria, los resultados corresponden al promedio de la ocupación en el periodo. Una ocupación de 100% equivale a que en el periodo el hotel no tuvo ninguna habitación vacía. Saldrán más elevadas las ocupaciones de los hoteles que tuvieron más días con ocupación completa.

Resultados de las solicitudes de información a establecimientos de alojamiento

Semana Morazánica 2025

Indicador	Número de establecimientos
Brindó alguna información	229
No brindó información	66
Total	295

Encuesta sobre tendencia de ventas en establecimientos de alimentos y bebidas

La encuesta electrónica fue aplicada a través de teléfonos móviles con sistema operativo Android.

Resultados de las giras de recolección de información sobre tendencia de ventas en restaurantes

Semana Morazánica 2025

Indicador	Número de establecimientos
Establecimientos en actividad	534
Registrados en Directorio de Establecimientos turísticos	301
No estaban registrados en el Directorio de Establecimientos turísticos	233
Cerrado definitivamente	186
Cerrado temporalmente	30

Resultados de las solicitudes de información a establecimientos de alimentos y bebidas

Semana Morazánica 2025

Indicador	Número de establecimientos
Brindó alguna información	448
No brindó información	86
Total	534

Anexo 4: Definiciones

4.1 Definición acompañante del viaje

- ❑ **En familia:** Se incluye los viajes en familia hasta el tercer grado de consanguinidad (Padres, hijos, abuelos, hermanos, nietos, tíos y sobrinos) y segundo grado de afinidad. (Suegros, hijastros, cuñados, abuelos del cónyuge).
- ❑ **Con amigos (En grupo):** El o los acompañantes de viaje son amigos, conocidos, etc., puede incluir familiares, siempre y cuando no superen en número, a los acompañantes que no lo son.
- ❑ **En pareja:** El acompañante de viaje es su pareja, sea esposa, novia o prometida.
- ❑ **Con compañeros de trabajo:** El o los acompañantes de viaje son compañeros de trabajo puede incluir familiares o amigos, siempre y cuando no superen en número, a los acompañantes que son compañeros de trabajo.
- ❑ **Solo:** En el viaje no lo acompaña ninguna persona.

4.2 Definición clasificación de categorías de ocupación (Puesto de trabajo)

- ❑ **Profesional:** en este grupo se incluye a los profesionales científicos e intelectuales que se dedican a una de las tres actividades siguientes o a cualquier combinación de éstas: ampliar el acervo de conocimientos científicos o intelectuales; aplicar conceptos, teorías, métodos o técnicas científicos o artísticos, o enseñar sistemáticamente lo que saben en sus

respectivos campos. La mayoría de las ocupaciones de este gran grupo requieren competencias de cuarto grado (Universitarios).

Ejemplo: Físicos, químicos, matemáticos, actuario, biólogos agrónomos, ingenieros, arquitectos, diseñadores de productos y prendas, urbanistas, médicos, practicantes paramédicos, veterinarios, dentistas, maestros, contadores, abogados, jueces, economistas sicólogos, periodistas, artistas, músicos, bailarines, actores etc.

- ❑ **Director o gerente:** en este grupo se incluirá a los directores generales y gerentes generales que dirigen empresas y organizaciones, y con la colaboración de, por lo menos, otros dos directores formulan las políticas y planifican, dirigen y coordinan las actividades de dichas empresas y organizaciones, siguiendo la orientación impartida por un directorio u otro órgano directivo, ante quien son responsables de los resultados obtenidos y de las actividades realizadas.

Las tareas desempeñadas por los trabajadores comprendidos en este incluyen las siguientes: definir y formular la política de la empresa u organismo; planificar, dirigir y coordinar su funcionamiento; evaluar las operaciones y los resultados obtenidos e informar al respecto al directorio o al órgano directivo; representar a la organización en su trato con terceros, comprendidos el gobierno y otras autoridades.

Ejemplos: directores del Poder ejecutivo, legislativo y Judicial (ministros), directores y gerentes generales de empresas o instituciones, gerentes de hoteles, gerentes de ventas, gerentes de restaurantes, gerentes comerciales etc.

- ❑ **Trabajador de servicios o vendedor:** Se incluyen, los trabajadores de los servicios y los vendedores de comercios y mercados que se encargan de las prestaciones personales y de los servicios de protección y seguridad en lo que atañe a viajes, organización, intendencia y prestación de servicios domésticos o asimilados, hospedaje, comidas, cuidados personales y protección contra incendios y actos delictuosos, o bien posan como modelos de arte, moda o publicidad o venden y hacen demostraciones de las mercancías en venta en establecimientos comerciales mayoristas o minoristas y en establecimientos similares. La mayoría de las ocupaciones de este gran grupo requieren competencias de segundo grado. Ejemplos: Aeromozas, guías de turismo, camareros, cocineros, barbero, mayordomo, conserje, vendedores ambulantes, vendedores en quioscos o puestos de mercado, modelos, niñeras, vendedores por teléfono, vendedores en puerta, bomberos, policías, guardias, etc.

- ❑ **Operario, artesano y otro oficio**

Se incluyen los oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios que aplican sus conocimientos, calificaciones y destrezas profesionales en las esferas de la minería y la construcción, forjan metales, erigen estructuras metálicas, ajustan máquinas herramientas o fabrican, mantienen o reparan máquinas, equipos y herramientas; ejecutan trabajos de imprenta e, igualmente, elaboran o procesan productos alimenticios y artículos de tela, tejido, madera, metal u otras materias, o producen artesanías.

Ejemplos: albañiles, carpinteros, fontaneros, pintores, soldadores, herreros, mecánicos, joyeros, alfarero, artesanos en madera, cestería y materiales similares, electricistas, carniceros, panaderos, ebanistas, costureros, zapateros, etc.

❑ **Técnico o profesional de nivel medio**

Los técnicos y profesionales de nivel medio desempeñan funciones predominantemente técnicas o especializadas relacionadas con la investigación y con la aplicación de los principios, conceptos y métodos de distintas ramas científicos o artísticos y con los reglamentos oficiales o profesionales e imparten enseñanza de cierto nivel. La mayoría de las ocupaciones de este gran grupo requieren competencias de tercer grado. Los técnicos y profesionales de nivel medio pueden recibir orientación de directores de empresa y de Profesionales científicos e intelectuales.

Ejemplo: Técnicos en electrónica, operadores de instalaciones, técnicos en control de procesos, técnicos agropecuarios y forestales, pilotos, inspectores de policías y detectives, fotógrafos, chef, técnicos en web, técnicos en redes, atletas y deportistas, instructores de educación física, etc.

❑ **Personal de apoyo administrativo**

Los empleados de oficina registran, organizan, archivan, computadorizan y recuperan datos e informaciones relacionados con el trabajo que se les confía y ejecutan diversas tareas de oficina, en especial las que atañen a los trabajos de secretaría, las operaciones de contabilidad, teneduría de libros, estadística y otras funciones que requieren el manejo de datos numéricos, las operaciones de pago y cobranza, los arreglos de viaje y la concertación de entrevistas y citas. La mayoría de las ocupaciones de este gran grupo requieren competencias de segundo grado.

Ejemplos: secretarias, telefonistas, recepcionistas, empleados de servicio de información al cliente, empleados de contabilidad, cajeros, empleados de ventanilla de información, investigadores de campo, etc.

❑ **Jubilado**

Se aplica a la persona que está retirada de la actividad laboral por haber cumplido la edad determinada por la ley o por enfermedad, y cobra la pensión correspondiente. (Rentista, Pensionado o Jubilado).

❑ **Ama de casa**

Persona que tiene como ocupación principal, realizar los trabajos cotidianos en el hogar sin recibir remuneración.

❑ **Estudiante:** Es aquella persona dedicada exclusivamente a los estudios, en cualquier nivel educativo y que no perciba ingresos.

4.3 Definición clasificación de nivel educativo

❑ **Primaria:** Educación primaria completa (6 años)

❑ **Secundaria:** Educación media y diversificado completo. (5 o 6 años)

❑ **Superior:** Educación Universitaria completa (diplomas de pregrado como Licenciatura, Ingeniería, etc.) (4 años o más)

❑ **Postgrado:** Estudios superiores de postgrado completos (Máster, Doctorado, etc.)

☐ **Ninguna:** No cuenta con educación formal completa, o cuenta con estudios no formales.