



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Chontales

“Cornelio Silva Argüello”

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas.

**Seminario de Graduación para optar al título de Administración
Turística y Hotelera.**

Tema General:

Factores Socioeconómicos del Turismo.

Tema Específico:

**Factores socioeconómicos del turista que inciden en el comportamiento
del Centro Recreativo Finca los Ángeles del municipio de Juigalpa,
Chontales en el II semestre del 2020.**

Autores:

- **Br. Castillo Martínez Kendy Daniela.**
- **Br. García Larios Ruth Magdany.**

Docente:

Dra. Jenny del Socorro Villanueva.

18 de Febrero del 2021.

Índice

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

VALORACION DEL DOCENTE

RESUMEN EJECUTIVO

I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	3
II. JUSTIFICACIÓN.....	5
III. OBJETIVOS.....	7
3.1. Objetivo General.....	7
3.2. Objetivos Específicos.....	7
IV. MARCO TEÓRICO.....	8
4.1. Aspectos Generales de Juigalpa.....	8
4.1.1. Aspectos Históricos.....	8
4.1.2. Aspectos geográficos.....	9
4.1.3. Aspectos Económicos y sociales.....	9
4.2. Finca Los Ángeles.....	9
4.3. Generalidades del Turismo.....	11
4.3.1. El turismo.....	11
4.3.2. Importancia del turismo.....	11
4.4. Ley 306 Ley de Incentivos para la Industria Turística.....	13
4.5. Conceptos Generales.....	16
4.6. Factores Sociales.....	16
4.6.1. Factores internos y externos del comportamiento del turista.....	16
4.7. Concepto de Factores económicos.....	17
4.7.3. Concepto De Demanda.....	18
V. HIPOTESIS.....	19
VI. OPERACIONALIZACION DE VARIABLE.....	20
VII. METODOLOGIA.....	22

7.1. Tipo de investigación.....	22
7.1.1. Alcance.	22
7.1.2. Según el alcance temporal.....	22
7.1.3. Según la naturaleza.	22
7.1.4. Según el lugar de estudio.	22
7.1.5. Enfoque.	23
7.2. Población y Muestra.	23
7.2.1. Población.....	23
7.2.2. Muestra.	23
7.3. Instrumento.....	24
7.4. Validación de Instrumento.....	24
7.4.1. Alfa de Cronbach	24
7.5. Procesamiento de la Información.	25
VIII. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.	26
8.1. Prueba de chi-cuadrado de Pearson.	33
IX. CONCLUSIONES.	36
X. RECOMENDACIONES.	37
XI. BIBLIOGRAFÍA	38
XII. ANEXOS	43
Carta.....	47

Índice de Tablas.

Tabla 1 Operacionalización de variable	20
Tabla 2 Alfa de Cronbach.....	25
Tabla 3 Sexo	26
Tabla 4 Edad.....	26
Tabla 5 Estatus Civil.....	26
Tabla 6 Clase social	27
Tabla 7 Situación laboral	27
Tabla 8 integrantes de la familia.....	27
Tabla 9 Vehículo propio	28
Tabla 10 Poder Adquisitivo	28
Tabla 11 Ingreso Familiar.....	28
Tabla 12 Visita de lugares turísticos.....	29
Tabla 13 Visita a Finca los Ángeles	29
Tabla 14 Compañía con la que visita Finca Los Ángeles.....	30
Tabla 15 Precios del centro turístico son accesibles.....	30
Tabla 16 medidas preventivas tomadas por el centro turístico.....	30
Tabla 17 Distancia	31
Tabla 18 preferencia en la visita.....	31
Tabla 19 Entrevista	31
Tabla 20 Factores Sociales	33
Tabla 21 Prueba de Chi-Cuadrado.....	34
Tabla 22 Factores Económicos.....	34
Tabla 23 Pruebas de Chi-Cuadrado	35

DEDICATORIA.

Se lo dedicamos primeramente a Dios nuestro padre celestial, por permitirnos llegar hasta este punto y habernos dado salud y sabiduría para lograr nuestros objetivos, además de su infinita bondad amor y misericordia hacia nosotras.

A nuestras familias (Padres, Hermanos, Esposo e hija y demás familiares) quienes nos dieron su apoyo, consejo, comprensión, ayuda y motivación en los momentos difíciles de mucha presión y estrés durante estos años de estudio, mismo que nos han ayudado a ser todo lo que hoy somos.

A cada uno de nuestros docentes, quienes nos transmitieron sus conocimientos, cada quien, en su especialidad, por dedicarnos tiempo, espacio, disposición, paciencia, proporcionándonos sus conocimientos y experiencias.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por su maravillosa misericordia iluminando nuestras vidas permitiendo llegar a la culminación de nuestros estudios.

A nuestras familias que fueron un gran aporte en el camino para poder cumplir nuestros sueños.

A la Universidad por brindarnos la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A nuestra tutora de tesis, Dra. Jenny Villanueva por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado que nosotras podamos terminar nuestros estudios con éxito. A nuestros profesores porque todos han aportado un granito de arena a nuestra formación.

Agradecemos a los propietarios de Finca los Ángeles por su apoyo incondicional en nuestro trabajo, quienes de una u otra manera nos apoyaron para la realización de la investigación.

MUCHAS GRACIAS A TODOS.



VALORACIÓN DE LOS DOCENTES

El presente trabajo de investigación, elaborado para su graduación como Licenciados(as) en Administración Turística y Hotelera, en la FAREM Chontales – UNAN Managua en el año 2020, se titula:

Factores socioeconómicos del turista que inciden en el comportamiento del centro turístico Finca los Ángeles del municipio de Juigalpa, Chontales en el II semestre del 2020

En el marco del Tema General

Desarrollo socioeconómico en las empresas.

Este tema es muy importante, ya que trata un aspecto de la Economía, en un sector importante de la sociedad en el Departamento de Chontales

El grupo está compuesto por las Bachilleres

Castillo Martínez Kendy Daniela

García Larios Ruth Magdany

Esta investigación ha sido elaborada con mucho empeño y dedicación, tanto en materia de investigación documental - marco teórico -, así como diseño, trabajo de campo, y posterior procesamiento y análisis de la información. Los resultados de la investigación y recomendaciones se encuentran en el presente documento.

La Suscrita, como tutora de este grupo y trabajo, considero que el estudio presenta la calidad debida, para ser defendido ante el Comité Académico Evaluador y que ellos mismo juzguen y hagan las calificaciones pertinentes.

Agradecemos a la FAREM Chontales – UNAN Managua, la oportunidad otorgada para guiar el grupo y a los graduandos, quienes tuvieron debida paciencia y empeño en esta ardua labor.

Atentamente.

Dra Jenny del Socorro Villanueva

Tutora

RESUMEN EJECUTIVO.

El turismo se ha convertido en uno de las principales actividades en el comercios nacionales e internacionales, representando al mismo tiempo una de las primeras fuentes de ingreso ayudando así al crecimiento macroeconómico. La presente investigación está desarrollada bajo el tema: Factores socioeconómicos del turista que inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca los Ángeles del municipio de Juigalpa, Chontales en el II semestre del 2020 es importante el estudio del tema antes mencionado para crear nuevas estrategias en el centro turístico.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general: Describir efectos socioeconómicos del turista que inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles del Municipio de Juigalpa, Chontales en el II semestre del año 2020. Cabe resaltar que el tipo de estudio es de corte transversal, concluyente y de campo la población está conformada por los habitantes del municipio de Juigalpa.

La investigación tiene relevancia por la metodología; se aplicó una encuesta para determinar los factores que inciden en los turistas. La validación se llevó a cabo mediante un pilotaje con el uso de alfa de Cronbach y posteriormente se utilizó la técnica de Chi cuadrado para aceptar la hipótesis nula.

Concluyendo que el principal factor que afecta al centro recreativo es el económico por lo que la demanda de los turistas es baja. No afecta sus factores sociales con el interés por visitar, además que los precios de los servicios del centro recreativo no dependen de la edad, el estatus civil o la clase social de los turistas que lo visitan.

I. INTRODUCCIÓN.

El turismo se ha convertido en uno de los principales comercios nacionales e internacionales, representando al mismo tiempo una de las primeras fuentes de ingreso ayudando así al crecimiento macroeconómico.

La presente investigación está desarrollada bajo el tema: Factores socioeconómicos del turista que inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca los Ángeles del municipio de Juigalpa, Chontales en el II semestre del 2020 es importante el estudio del tema antes mencionado para crear nuevas estrategias en el centro turístico.

La selección del tema es de mucha importancia debido a que el país depende en gran parte de la actividad turística, tales como: compañías aéreas, centros turísticos, hoteles, otras empresas turísticas y cualquier profesional del sector turístico.

Por otro lado, la investigación se realizó por el interés de describir los efectos socioeconómicos del turista; basados en la experiencia del centro turístico ante las situaciones vividas durante los últimos años, quienes han hecho que la economía de los mismos haya bajado considerablemente.

La investigación contiene una serie de acápite en los que se detallan de manera específica lo estudiado: Introducción explicaremos de forma breve todo el contenido del documento, en la justificación explicamos la relevancia del trabajo y hacia quien va dirigido el documento, posteriormente se plantearon los objetivo que guiaron la investigación. Se fundamento de forma teórica los objetivos planteados, en la metodología se determina la población turística, la validación de la encuesta. Se analizo e interpreto los resultados de la encuesta realizada. Finalizando con las conclusiones en las que se sintetiza los resultados de la investigación. Presentado una serie de recomendaciones que sean útiles para la empresa.

1.1. Antecedentes.

Es importante considerar estudios a nivel internacional que están relacionados con el tema objeto de estudio. Como los que se presentan a continuación:

Mauricio, Santamaria, & Bayas (2018) en la tesis titulada Efecto económico de la actividad turística en la provincia de Tungurahua, Ecuador planteándose el siguiente objetivo: medir el beneficio económico de la actividad Turística, concluyendo que se ha identificado como los beneficios económicos del turismo especialmente su potencial para generar empleo, debido a que ofrece tanto plazas fijas como adicionales de temporada, para mejorar la distribución del ingreso y reducción de la pobreza, además de beneficios como generar mayores ingresos, y entrada de divisas por concepto de turismo

Azcue, Cruz, & Varisco (2018) Impactos económicos del turismo, planteando el siguiente objetivo: identificar y reagrupar los datos del turismo internacional referidos al movimiento de divisas, concluyendo que, en términos generales, se considera que los efectos económicos del turismo son positivos para los destinos turísticos. Los modelos de desarrollo endógenos, es decir, liderados mayoritariamente por empresas de origen local, permiten que los beneficios queden en los destinos receptores. No obstante, siempre es conveniente realizar un análisis integral de los impactos, tanto por posibles efectos económicos negativos, fugas, o por impactos sociales, culturales o ambientales.

Gómez (2015) Factores sociales y económicos que favorecen u obstaculizan el desarrollo del turismo en salud en la ciudad de Manizales planteándose los siguientes objetivos determinar cuáles son los factores sociales y económicos que contribuyen a potenciar u obstaculizar el desarrollo del turismo en Salud en la Ciudad de Manizales, concluyendo que Manizales cuenta con una capacidad de desarrollar la parte turística a gran escala; sus fuentes naturales de termales, el avistamiento de aves, el clima, la infraestructura montañosa en la cual está construida, su gente.

Es importante considerar estudios a nivel nacional que están relacionados con el tema objeto de estudio. Como los que se presentan a continuación:

García, Gutiérrez, & Plata (2015). En la tesis titulada Analizar los efectos socioculturales de la actividad turística en el municipio de Catarina, Departamento de Masaya, (septiembre 2014 - febrero 2015), planteándose los objetivos: analizar los efectos socioculturales de la actividad turística en el municipio de Catarina, Departamento de Masaya, (septiembre- febrero 2015). Con los objetivos específicos: describir la situación actual del turismo en el municipio de Catarina, identificar los efectos socioculturales positivos y negativos que produce la actividad turística en Catarina, concluyendo que la actividad turística genera más efectos positivos que negativos en el municipio de Catarina puesto que, promueven estrategia para promover la cultura y las buenas relaciones entre turista y residentes locales, además de la generación de empleos directos e indirectos a la población local.

1.2. Planteamiento del problema.

El centro recreativo Finca Los Ángeles, en el segundo semestre del año 2020, ha tenido dificultades debido a diferentes factores socioeconómicos de los turistas, que inciden en este centro; podemos señalar algunos como: La economía familiar ha disminuido considerablemente, además que el centro turístico se encuentra a larga distancia de la ciudad, por lo que para movilizarse necesitan medios de transporte, al no tener un vehículo propio es necesario utilizar transporte público esto dificulta en algunos casos el visitar dicho lugar.

Algunas familias son numerosas y los precios no son accesibles para todo público, esto conlleva a la disminución en la demanda del centro recreativo. Son pocas las familias que tiene un alto poder adquisitivo que les facilita disfrutar del turismo. Los ingresos económicos son bajos y existe un alto grado de desempleo.

La Salubridad es un asunto importante en cuanto al decidir visitar un centro recreativo, por esto los turistas sienten, incertidumbre, desconfianza e incluso, la afluencia de turistas internacionales debido al cierre de fronteras.

Un comportamiento desigual ante la situación actual, teniendo una percepción e imagen diferente del centro recreativo y una serie de actitudes que no favorecen en nada, las clases sociales a las que las personas pertenecen, la edad porque no todos los turistas sienten que el centro está de acorde a su edad por lo general es más visitado por jóvenes y además que estos suelen ser solteros, muy pocas personas casadas son otros factores que inciden indirectamente a este centro.

A partir de la descripción del problema antes expuesto se plantea la siguiente pregunta

¿Realmente los factores socioeconómicos del turista, inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles del municipio de Juigalpa, Chontales?

Planteándonos una pregunta de sistematización.

¿Acaso los factores socioeconómicos del turista contribuyen en el comportamiento del centro turístico?

II. JUSTIFICACIÓN.

El desarrollo de la presente investigación es pertinente con las estrategias del Plan Nacional de Desarrollo Humano, sustentado en el modelo cristiano, socialista y solidario del poder ciudadano como ejes para el crecimiento y desarrollo de la nación vinculados con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 8 consensuado en la agenda 2030 promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, derivados de la línea de investigación del departamento de ciencias económicas y administrativas denominada, desarrollo socio productivo, emprendimiento y bienestar.

Además, el tema es de mucha relevancia, en vista de que las instituciones involucradas en el ámbito turístico meramente del centro recreativo Finca Los Ángeles, tengan un mejor conocimiento al tomar decisiones para la implementación de estrategias para su mercado meta.

A través de la presente investigación se pretende fortalecer el dominio en la aplicación de las distintas teorías (normas, regulaciones aplicables, paradigmas) existentes, que conlleven al desarrollo socioeconómico de las organizaciones.

El potencial turístico en el municipio de Juigalpa es impresionante, dada las condiciones y políticas impulsadas por el Gobierno desde la municipalidad, donde se han creado mecanismos que facilitan el trabajo para los pequeños y medianos inversionistas de la zona, quienes ven en el municipio un hermoso destino de disfrute y encuentro para las familias.

El período que se tomará para realizar la investigación sobre Factores socioeconómicos del turista que inciden en el Centro Recreativo Finca los Ángeles en el I semestre del 2020, período que facilitó el estudio, el análisis e interpretación de datos.

La investigación tiene relevancia por la metodología que se aplicó, utilizando el estudio de campo permitiendo tener un contacto directo con el problema y de esta manera poder aplicar el instrumento basado a la realidad. Esto conlleva a la utilización de estrategias y técnicas metodológicas propias del tipo de investigación cuantitativa.

Académicamente esta investigación servirá como base de consulta a estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN Managua, a estudiantes de diversas carreras, especialmente Administración Turística y Hotelera como base sobre factores socioeconómicos del turista.

La información que se obtenga de esta tesis le servirá autoridades interesadas en el tema como son los propietarios de Finca Los Ángeles, para entender lo que sucede en el país con relación a factores socioeconómicos del turista, que tomen las decisiones de forma más eficiente y eficaz, en vista de que este tema, genera mucha polémica entre gobierno, sindicalistas y empresas privadas, por las consecuencias que estas medidas impositivas provocan a los diferentes sectores económicos y sociales del país.

III. OBJETIVOS.

3.1. Objetivo General.

Caracterizar los factores socioeconómicos del turista que inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles del Municipio de Juigalpa, Chontales en el II semestre del año 2020.

3.2. Objetivos Específicos.

- ✚ Identificar los factores sociales del turista que inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles de Juigalpa Chontales.
- ✚ Determinar los factores económicos del turista que inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles.
- ✚ Relacionar los factores socioeconómicos del turista que inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles.

IV. MARCO TEÓRICO.

4.1. Aspectos Generales de Juigalpa.

4.1.1. Aspectos Históricos.

Existen diversas versiones en cuanto al nombre de "Juigalpa". Los investigadores Squier y Tomas Belt afirman que su nombre tiene origen Azteca, que traducen como "Gran Ciudad". En cambio, el Lingüista Ing. Alfonso Valle señala que este nombre, según vocablo mexicano "Juigalpán", significa "criadero de caracolitos negros". Otra versión atendiendo a la aridez de sus tierras y la proliferación de jícaros en ellas, afirma que el nombre se deriva de voces mexicanas que significa "lugar abundante de jícaros". (Contributors, 2019)

La primera mención de Juigalpa en la historia escrita data del año de 1659, cuando el entonces alcalde Don Jerónimo de Villegas solicitó tierra al Representante del Gobierno Español Don Sebastián Álvarez en Guatemala. El 24 de abril de 1668 fue concedida esta tierra municipal, fecha que se puede tomar como momento de fundación de Juigalpa. En abril de 1673, solicitó tierras nuevamente y pagó por tres caballerías doce tostones.

El 24 de agosto de 1858, fue creado el Departamento de Chontales y el 28 del mismo mes, Acoyapa fue nombrada como su cabecera. El 15 de febrero de 1865, Juigalpa pasa a ser la cabecera; en 1866, la cabecera es trasladada por segunda vez a Acoyapa. Esta Ciudad luchaba por la supremacía de la cabecera departamental por ser la ciudad más antigua del departamento, por tener el primer fuerte militar de defensa contra las incursiones mosquitas y ser asiento de las primeras familias de origen granadino, fundadora de los hatos ganaderos. (Contributors, 2019)

Juigalpa era ciudad de tránsito entre Granada y los minerales de la Libertad y Santo Domingo a través de Puerto Díaz. Fue adquiriendo un desarrollo acelerado comercial, poblacional y ganadero, siendo nombrada finalmente como cabecera del departamento de Chontales el 11 de junio de 1877. El 4 de febrero de 1862 Juigalpa fue elevada al rango de Villa; el 27 de enero de 1879, según decreto Presidencial, Juigalpa, es elevada al rango de Ciudad. De 1885 hasta la fecha, el municipio de Juigalpa ha sido dirigido por 2 Juntas municipales y 66 alcaldes municipales. (Contributors, 2019)

4.1.2. Aspectos geográficos.

Este municipio tiene una población de 53,890 habitantes, según los Censos realizados por el Gobierno de la República, incluido el de 1995, la población de Juigalpa incluía a la población de lo que actualmente es el municipio de San Francisco de Cuapa, ya que ambos territorios formaban un solo municipio. El 73.8% de la población del municipio reside en el área urbana y solo el 26.2% lo hace en el área rural. Esto tiene su explicación en el hecho de que Juigalpa es cabecera departamental y cuenta con servicios y oportunidades de trabajo que no se encuentran en el campo. (Contributors, 2019)

4.1.3. Aspectos Económicos y sociales.

Chontales se caracteriza por ser un departamento ganadero, de se encuentra en la franja central del territorio nicaragüense, en un extenso paisaje de planicies y mesetas interrumpidas por elevaciones escarpadas como la Serranía de Amerrique y los cerros de la Cordillera Chontaleña. Aunque poco conocida en materia turística, la región cuenta con numerosos atractivos naturales, arqueológicos, históricos, paisajísticos y de agro producción en toda su extensión. La oferta de servicios turísticos comienza a ser desarrollada y la infraestructura de hoteles y restaurantes es apta para la recepción de visitantes. (Vianica, 2015.)

La ciudad de Juigalpa es el centro administrativo chontaleño y un destino de mucho interés, gracias a su bonito centro con bonitas vistas a las siluetas montañosas de Amerrique, y a dos puntos destacados: el Museo Arqueológico Gregorio que posee curiosas piezas precolombinas y Aguilar coloniales heredadas de las poblaciones antiguas, y el Zoológico Thomas Belt que exhibe diversas especies de la fauna tropical nacional y algunas exóticas de otros sitios del mundo. Hay hoteles, restaurantes, bares y discotecas. (Vianica, 2015).

4.2. Finca Los Ángeles.

La finca Los Ángeles ubicada en el kilómetro 147 carretera Juigalpa al Rama, una finca ganadera, crían y engordan cerdos, pero también en sus instalaciones funciona un

restaurante que se ha convertido en un negocio prospero que ha llenado las expectativas de sus clientes. (Urbina, 2017)

La innovadora finca es propiedad de María Guadalupe Duarte quien inició construyendo una piscina para su familia, sin embargo, la demanda de personas generó la idea de ampliar y convertirlo en negocio. Emilio Hurtado Duarte copropietario de la Finca Los Ángeles asegura que la ampliación continúa; de momento están activas 6 habitaciones con aire acondicionado. Aquí está abierto al público desde muy temprano para que disfrute de un momento en familia o con amigos.

Este lugar lejos del ruido de la ciudad también cuenta con juegos infantiles dónde toda la familia se reúne para relajarse del que hacer del día a día. La finca Los Ángeles ha brindado empleo a más de 12 jóvenes de la zona que obtienen recursos para sus familias. (Urbina, 2017)

4.2.1. Reseña histórica.

Comenzó como una actividad familiar la dueña del negocio doña María Guadalupe Duarte hace aproximadamente 15 años atrás con el propósito de que sus hijos tuvieran un lugar para recrearse, posteriormente empezó a hacer eventos privados de actividad religiosa, con el paso de los años el lugar se popularizo y en el 2012 realizaban más actividades privadas.

En 2015 abrieron sus puertas al público en 2016 construyen una piscina para niños y desde esa fecha siguen ampliando la infraestructura del centro turístico y ahora cuentan con 4 piscinas porque la demanda de los clientes fue creciendo cada día más y esto hizo que Finca Los Ángeles se convirtiera en uno de los mejores centros turísticos de la región y es un bello atractivo con capacidad de brindar un buen servicio.

En 2016 se convierten en un centro turístico autorizado por INTUR y las instituciones gubernamentales, así como la institución internacional MODERNISA que se encarga de los estándares de atención al cliente y así fue como Finca Los Ángeles se fue convirtiendo de un negocio familiar a en un negocio auto sostenible, estable y competitivo. (Soto, 2020)

4.2.2. Misión.

Finca Los Ángeles, Centro Recreativo, Restaurante, Eventos y Estancia, ofrece a sus clientes, una experiencia llena de armonía y confort en sus instalaciones, con un servicio exclusivo y especializado en todos tipos de eventos sociales. Empresariales, Religiosos y más, con alimentos de alta calidad y bajos costos, elaborados por un equipo calificado excelentes normas de higiene, nuestro compromiso es la eficiencia (Urbina, 2017).

4.2.3. Visión.

Ser reconocido como un espacio lleno de originalidad, con calidad humana y principios éticos, con eficiencia segura y altamente calificada, comprometidos con un ambiente sostenible y que nuestros clientes llenen sus expectativas llevando su recuerdo inolvidable con el gran deseo de regresar (Urbina, 2017).

4.3. Generalidades del Turismo.

4.3.1. El turismo.

Según Organización Mundial del Turismo (2008) “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios”. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico

4.3.2. Importancia del turismo.

Una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que cuenta un país hoy en día es el turismo, que también se le llama “industria sin chimenea” pues genera un impacto económico bastante importante sin desastres ecológicos o impactos negativos al ambiente (Cuanalo, 2017).

Además del ingreso de divisas, es necesario reconocer otros beneficios que el turismo genera, donde podemos mencionar el crecimiento del sector empresarial debido a que es

necesario satisfacer la demanda creada por la expansión del turismo, impulsando la actividad comercial tanto nacional como internacional y los diferentes sectores de servicios relaciones con el turismo. Esto a su vez, genera nuevas fuentes de empleo especialmente en los sectores relacionados con el turismo, lo que podría contribuir a que la tendencia a emigrar disminuya.

Por otra parte, el desarrollo del turismo incrementa el ingreso total del país y especialmente los ingresos de la población económicamente activa que esta empleada en las empresas turísticas, así como de aquellas que trabajan para empresas cuyo negocio gira en torno al turismo en pequeño o gran nivel, de esta manera, el ingreso del turismo se distribuye a través de un amplio estrato de la población y de esto depende en gran medida el desarrollo de los sectores rurales de los países en vías de desarrollo.

Por su parte, el turismo contribuye a mejorar la calidad de vida y el nivel cultural de la población de los sectores turísticos y finalmente, en el sector fiscal, la actividad turística beneficia la economía pública por medio de la recaudación de impuestos. (Dritsakis, 2004).

En este punto podemos resaltar que el turismo involucra varias actividades económicas diferentes bajo este nombre, por lo que no es un sector que pueda ser clasificado formalmente. Por estos motivos, a menudo existe incertidumbre sobre los límites de las actividades turísticas; no obstante, para evitar aquello, se podría hacer una diferenciación entre lo que es la industria del turismo y la economía del turismo; incluyendo en la primera actividad como: transporte, hotelería, servicio de comida, recreación y otros servicios de viaje.

Actividades tan diversas como: suministro de alimentos, bebidas, combustibles y equipos, servicios básicos, servicios de lavandería, salud, financieros, seguridad, publicidad, promoción turística, además de renta de autos, manufactura, construcción naval, fabricación de aeronaves, desarrollo de resorts, productos de vidrio, hierro/acero, computadores, construcción, minería, plásticos, químicos, textiles, productos metálicos y de madera (Altamira & Muños , 2007).

Adicionalmente, el turismo tiene varios beneficios que se extienden a través de toda la sociedad, como brindar una solución económica a ciudades y países, generar plazas de

empleo, fomentar la cultura, la interacción global y el crecimiento de las relaciones comerciales. (Sancho, 1998)

Finalmente, como resultado de la tendencia a globalizar la economía y las comunicaciones la industria del turismo se benefició de la apertura de los mercados en países desarrollados como en los que están en vías de desarrollo, lo que la convirtió en una de las industrias líderes por la proporción que ocupa en la economía y por la oportunidad que brinda a los países de acogida de generar producción y empleo.

De esta manera, el turismo contribuye al crecimiento de la economía por medio del ingreso directo de divisas, lo que favorece la balanza de pagos, y porque genera un efecto multiplicador que contribuye al desarrollo de otros sectores dentro de un país. El efecto de la actividad turística en la balanza de pagos tiene especial énfasis en los países en vías de desarrollo y es parte importante de su estrategia para generar crecimiento económico debido a que los ingresos de esta actividad pueden ser utilizados para la importación de insumos necesarios para la industrialización de los países en vías de desarrollo como la tecnología. (Ortiz, 2014)

4.4. Ley 306 Ley de Incentivos para la Industria Turística.

Según Asamblea Nacional de Nicaragua (1999), en su artículo 2, establece que la presente Ley tiene por objeto otorgar incentivos y beneficios a las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que se dediquen a la actividad turística. Para cumplir con lo señalado en el artículo anterior:

- 1) El Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) y el Ministerio de Hacienda y Crédito Público deberán establecer una adecuada coordinación entre ellos, que permita el establecimiento de un proceso simple, racional y rápido para facilitar y agilizar el desarrollo de actividades turísticas en el país y el otorgamiento de los beneficios de esta Ley.
- 2) Los demás Ministerios de Estado, Entes Autónomos de dependencias estatales, que tengan relación permanente y coyuntural con la actividad turística nacional, prestarán la colaboración requerida y necesaria para respaldar al INTUR e impulsar dicho desarrollo.

- 3) El Banco Central de Nicaragua (BCN) y el INTUR, establecerán
- 4) acuerdos y mecanismos que fomenten y apoyen la financiación y la inversión pública y privada necesaria para el desarrollo de la actividad turística.”

Según la presente Ley en su Cap. 3 en el artículo 5 tiene como de promover la inversión en actividades turísticas, el INTUR otorgará los incentivos y beneficios fiscales siguientes:

5.1. Exoneración de derechos e impuestos de importación y del Impuesto General al Valor (I.G.V.) en la compra local de los materiales de construcción y de accesorios fijos de la edificación. Los materiales y accesorios a exonerarse se deben utilizar en la construcción y equipamiento de los servicios de hotelería y se otorgará dicha exoneración, si estos artículos no se producen en el país o no se producen en cantidad o calidad suficiente.

5.1.1. Exoneración de derechos e impuestos de importación y/o del Impuesto General al Valor (I.G.V.) en la compra local de enseres, muebles, equipos, naves, vehículos automotores de doce (12) pasajeros o más, de carga, que sean declarados por el INTUR necesarios para establecer y operar la actividad turística, y en la compra de equipos que contribuyan al ahorro de agua y energía, y de aquellos necesarios para la seguridad del proyecto, por el término de diez (10) años contados a partir de la fecha en que el INTUR declare que dicha empresa ha entrado en operación.

5.1.2. Exoneración del Impuesto Sobre Bienes Inmuebles (I.B.I.), por el término de diez (10) años contados a partir de la fecha en que INTUR declare que la actividad turística ha entrado en operación. Esta exoneración cubrirá únicamente los bienes inmuebles propiedad de la empresa, utilizados exclusivamente en la actividad turística.

5.1.3. Exoneración del Impuesto General al Valor (I.G.V.) aplicables a los servicios de diseño/ingeniería y construcción.

5.1.4. Exoneración parcial del ochenta por ciento (80%) del Impuesto Sobre la Renta, por el término de diez (10) años, contados a partir de la fecha en que el INTUR declare que dicha empresa ha entrado en operación. Si el proyecto está situado en una Zona Especial de Planeamiento y Desarrollo Turístico, la

exoneración será del noventa por ciento (90%). Si el proyecto cualifica y está aprobado además bajo el Programa de Paradores, la exoneración será del cien por ciento (100%). La empresa tendrá la opción de diferir anualmente y hasta por un período de tres (3) años la aplicación e iniciación del período de exoneración de diez (10) años sobre dicho impuesto.

- 5.1.5. Dentro del período concedido para las exoneraciones, si la empresa decide hacer una ampliación y/o renovación sustancial del proyecto, el período de exoneración se extenderá por otros diez (10) años, que se contarán a partir de la fecha en que el INTUR declare que la empresa ha completado dicha inversión y ampliación. En este caso, el proyecto de ampliación se someterá como si fuera un nuevo proyecto, y la inversión mínima deberá ser superior al treinta y cinco por ciento (35%) de la inversión aprobada y realizada inicialmente. La extensión de exoneración de los impuestos se aplicará entonces, por un nuevo período de diez (10) años, al total de la actividad turística de la empresa en el proyecto.
- 5.1.6. Para estas empresas que invierten en instalaciones turísticas que cumplan con los criterios y normas especiales dictados bajo el Programa auspiciado por el INTUR para fomentar e impulsar la creación de una red nacional de “Paradores de Nicaragua”, se les otorgarán gratuitamente incentivos específicos de promoción y mercadeo elaborados por el Instituto en la forma de publicidad y divulgación en ferias nacionales e internacionales, impresos, panfletos y mapas, conexión a un eficiente sistema de reservaciones, promoción en el internet, etcétera.
- 5.1.7. Para los fines del cómputo de depreciación sobre los bienes, se procederá de conformidad con la Ley de Justicia Tributaria y Comercial y su Reglamento.

4.5. Conceptos Generales.

4.6. Factores Sociales.

4.6.1. Factores internos y externos del comportamiento del turista.

Entre los factores externos que influyen en el comportamiento del turista externo y que hemos podido identificar se encuentra:

4.6.1.1. Cultura.

De acuerdo a lo mencionado Kotler (2008), “la cultura es el factor determinante en todas las necesidades y que influye de manera directa en el comportamiento de una persona” (p.129)

4.6.1.2. Clase social.

De acuerdo a lo indicado por los especialistas en marketing, se suele realizar la observación previa división por clases sociales, esto debido a que los miembros que conforman las diferentes clases sociales suelen a presentar un mismo comportamiento como consumidor y que suelen ser clasificados estadísticamente por sus situaciones comunes (Sembler, 2006).

4.6.1.4. Familia.

De acuerdo a M.R. Solomon (2013), la familia puede ejercer tres tipos de influencias sobre la toma de decisiones de los turistas, la primera es la llamada influencia de informativa, la segunda es la influencia utilitaria y por último la influencia de valor expresado.

Entre los factores internos, también conocidos como factores psicológicos, que influyen en el comportamiento del turista interno, hemos podido identificar se encuentran:

4.6.1.5. Percepción.

Según Oviedo (2004) La percepción hace referencia, a que los turistas organizan e interpretan los datos que recibe del exterior de forma particular, es decir, aunque a persona se encuentra motivada y preparada para tomar una decisión, sus decisiones finales se verán influenciadas por sus percepciones.

4.6.1.6. Motivación.

Se puede definir como motivación como el esfuerzo que está dispuesto a realizar el turista para la realización de un objeto o la satisfacción de una necesidad.

4.6.1.7. Actitudes.

Las actitudes son las referencias que presentan los turistas hacia un producto o servicio específico. Esto se puede manifestar en un comportamiento favorable o desfavorable hacia dicho elemento, ya sea respecto a un punto concreto o también puede que dicho comportamiento este fundamentado en una base no real.

4.7. Concepto de Factores económicos

Se definen que “Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades humanas”. (Ortiz, 2014, Pág. 2). Existen factores económicos, estos están clasificados por su potencialidad en la economía de un país:

4.7.1. Poder de Adquisición.

Cuanto mayor sea el Poder Adquisitivo de una persona, mayor será su patrimonio. “El Poder Adquisitivo se mide como la capacidad económica que se tiene para obtener recursos disponibles, es decir, con qué cuenta una persona para satisfacer sus necesidades y sus deseos, teniendo en cuenta sus ingresos y su patrimonio” (González, 2016, Pág. 1).

4.7.2. Precio.

El precio es el monto de dinero o moneda que se debe dar el consumidor para adquirir un producto o servicio. “Es también el monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar o disfrutar un bien o un servicio” (Gerencie, 2020, pág. 1)

El precio corresponde al valor monetario (en Moneda) asignado a un bien o servicio que representa elementos como trabajo, Materia prima, esfuerzo, atención, tiempo, utilidad, etc.

4.7.3. Concepto De Demanda.

Para Raffino (2020) Cuando estas dos fuerzas de mercado se unen, son los determinantes de la cantidad de bienes y/o servicios que se producirán y a qué precio serán vendidos. No es necesaria la presencia de ningún otro agente para que fije los precios en caso de que se hable de libre oferta y demanda.

Sin embargo, muchas veces los gobiernos deciden intervenir en la formación de precios y en la disponibilidad de productos o servicios. Para ello se puede recurrir a diversas técnicas, como la entrega de subsidios para que los precios sean menores o la producción aumente. Otras veces se intenta disminuir ese consumo o producción y para ello puede aumentar las cargas impositivas.

V. HIPOTESIS.

Ho. ¿Inciden los factores sociales del turista en el centro Recreativo Finca Los Ángeles?

H1. ¿No inciden los factores sociales del turista en el centro Recreativo Finca Los Ángeles?

H1. ¿Inciden los factores económicos del turista en el centro Recreativo Finca Los Ángeles?

Ho. ¿No inciden los factores económicos del turista en el centro Recreativo Finca Los Ángeles?

VI. OPERACIONALIZACION DE VARIABLE.

Tabla 1 Operacionalización de variable

Objetivos	VARIABLES	Códigos	Conceptualización	Sub Variables	Indicadores	Técnicas de recolección
Identificar los factores sociales del turista que inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles de Juigalpa Chontales.	Factores Sociales	FS	Son conductas plurales que explican o inciden para la aparición o desarrollo de los hechos sociales	Sexo	Femenino Masculinos	E N C U E S T A
				Edad:	1. 20-29 2. 30-39 3. 40-49 4. 50-59 a mas	
				Estatus Civil	Casado Soltero	
				Clases Sociales	1. Clase Alta 2. Clase Media 3. Clase Alta	
				Situación Laboral	Ocupado	
					Estudiante Desempleado Jubilado Otro	

Factores socioeconómicos del turista que inciden en el comportamiento del Centro Recreativo Finca los Ángeles del municipio de Juigalpa, Chontales en el II semestre del 2020

Determinar los factores económicos del turista que inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles.	Factores Económicos	FE	Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas.	Porque prefiere visitar finca los Ángeles	Precios 1. Calidad 2. Atención al cliente 3. Entorno Natural Atractivo
				Poder Adquisitivo	1. Alto 2. medio 3. Bajo
				Ingreso Económico	C\$3,000-C\$4,500 C\$4,501-C\$6,000 C\$6,001-C\$7,500
				Frecuencia de visita	(1-3) veces al año (4-6) Veces al año (7 a mas) veces al año

VII. METODOLOGIA.

7.1. Tipo de investigación.

7.1.1. Alcance.

La investigación es concluyente porque van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. (Hernández, 2010)

El estudio que se realizó de los factores socioeconómicos del turista que inciden en el comportamiento de finca los ángeles, se determinó los factores sociales y económico, el que índice directamente en el comportamiento del centro turístico son los económicos.

7.1.2. Según el alcance temporal.

Es una investigación transversal, porque se define como un tipo de investigación observacional que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra o subconjunto predefinido.

Es por esta razón que la investigación tiene este alcance, ya que estudia aspectos de desarrollo de los sujetos en un momento dado, estos son el área de trabajo en el entorno turístico, además que se realiza en el segundo semestre del año 2020.

7.1.3. Según la naturaleza.

La investigación es de carácter explicativa porque se busca explicar los factores socioeconómicos del turista que inciden en el centro recreativo Finca Los Ángeles del municipio de Juigalpa Chontales y de esta manera poder brindar la creación de nuevas estrategias.

7.1.4. Según el lugar de estudio.

La investigación es de campo permite tener un contacto directo con el problema y de esta manera poder aplicar nuestro instrumento basado a la realidad.

7.1.5. Enfoque.

Según Hernández (2010), la investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, se otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo y las magnitudes de éstos.

La investigación es de carácter cuantitativo porque se realizó encuestas y de esta manera se podrá realizar una investigación con resultados verdaderos y satisfactorios para toda la investigación.

7.2. Población y Muestra.

7.2.1. Población.

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

En la investigación se tomarán en cuenta toda la población del municipio de Juigalpa como potenciales cliente del centro turístico con una población total de 60,346 personas según censo realizado por (INIDE, 2016).

7.2.2. Muestra.

Según Hernández (2010) la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población.

En este caso se seleccionó una muestra de 202 personas dado que es una población muy extensa. El muestreo se realizó de manera aleatoria todos los turistas potenciales y los que ya visitan el centro turístico tengan la posibilidad de participar en la investigación.

Utilizando la siguiente fórmula para calcular la muestra cuando la población es finita:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

N = Total de la población

$Z_{\alpha}^2 = 1.962$ (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada

(en este caso 5% = 0.05)

$q = 1 - p$

(en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)

d = precisión

(en este caso deseamos un 3%).

$$N = \frac{(60346)(1.96)^2(0.05)(0.95)}{(0.03)^2(60346 - 1) + (1.96)^2(0.05)(0.95)} = \frac{11011.69}{54.49} = 202$$

7.3. Instrumento.

El instrumento que se utilizó fue la encuesta para medir los factores socioeconómicos del turista la que contiene 17 preguntas, que se aplicaron a clientes potenciales del centro turístico y posibles clientes que desean visitar el centro, esto para conocer más de ellos y poder diseñar mejores estrategias, además de aplicar una entrevista al propietario del centro recreativo Finca los Ángeles esta para determinar de qué manera los factores socioeconómicos del turista están incidiendo en el comportamiento de este centro recreativo.

7.4. Validación de Instrumento

7.4.1. Alfa de Cronbach

Según Malhotra (2008) el promedio de todos los coeficientes posibles de división por mitades que resultan de las diferentes maneras de dividir los reactivos de la escala. Este coeficiente varía entre 0 y 1, y un valor igual o menor a 0.6 por lo general indica una confiabilidad no satisfactoria de consistencia interna.

Tabla 2 Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.79	17

La encuesta fue aplicada para la prueba de pilotaje a 10 personas y luego se procedió a validarla con el programa SPSS haciendo uso de las técnicas alfa cronbach, se procedió a revisar y ver los resultados esperados por lo cual el resultado obtenido es 0.79 por lo que se considera fiable ya que el coeficiente es mayor a 0.5, por lo tanto, es aceptable en el estudio.

7.5. Procesamiento de la Información.

Para el procesamiento de información son necesario diferentes programas con los que se realizara la investigación, como las que a continuación se mencionan:

- ✚ Word: en el que se redactó la información.
- ✚ SPSS: en el que se procesó las encuestas y se analizó mediante el alfa de Cronbach.
- ✚ PowerPoint: en el que se creó la presentación final del trabajo.

VIII. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.

Tabla 3 Sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	115	56.7
Masculino	87	43.3
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Cada género es diferente, pero hemos observado que el femenino tiene más preferencias por recrearse, salir y divertirse el 56.7% son mujeres, sin dejar atrás que la otra gran parte son Hombres.

Tabla 4 Edad

	Frecuencia	Porcentaje
(20-29)	101	50.0
(30-39)	74	36.7
(40-49)	27	13.3
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

Si bien la edad no es un factor para realizar turismo, el 50% de ellos son personas de 20-29 años, en su mayoría, porque estas personas son solteras, están estudiando y tiene más facilidad de realizar turismo, además el otro gran porcentaje es de 36.7% y esto son entre las edades de 30-39 años

Tabla 5 Estatus Civil

	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	121	60.0
Casado	81	40.0
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta

El 60% personas que visitan son solteras, esto porque son personas que no tienen obligaciones, que tienen más accesibilidad para llegar al lugar, sin embargo, el 40% son casado y estos lo visitan la mayoría del tiempo con su familia.

Tabla 6 Clase social

	Frecuencia	Porcentaje
Clase alta	57	28.3
Clase Media	121	60.0
Clase Baja	24	11.7
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

La clase media son el mayor índice de los encuestados un 60% pertenecen a esta clase social, estos tienen más facilidad por realizar turismo, otro gran porcentaje es clase alta con un 28.3%.

Tabla 7 Situación laboral

	Frecuencia	Porcentaje
Trabajador	101	50.0
Estudiante	81	40.0
Otros	20	10.0
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

El 50% de las personas encuestados son trabajadoras, otra gran parte son estudiantes identificándose con 40% y el otro 10% se definieron con otros.

Tabla 8 integrantes de la familia

	Frecuencia	Porcentaje
2 personas	40	20.0
3 personas	67	33.3
4 personas a mas	94	46.7
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

El 46% de las familias están integradas de 4 personas a más, mientras que un 33% de 3 personas y un 20% de 2 personas integradas.

Tabla 9 Vehículo propio

	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	36.7
No	128	63.3
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

El 63.3% no cuentan con un vehículo propio tomando un transporte colectivo para llegar al centro recreativo, mientras que un 36.7% cuenta con vehículo propio para visitar el centro recreativo.

Tabla 10 Poder Adquisitivo

	Frecuencia	Porcentaje
Alto Poder Adquisitivo	50	25.0
Medio poder adquisitivo	118	58.3
Bajo poder Adquisitivo	34	16.7
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Un 58% tiene poder adquisitivo medio mientras que el 25 % y 16.7% poder adquisitivo alto y poder adquisitivo bajo.

Tabla 11 Ingreso Familiar para realizar turismo

	Frecuencia	Porcentaje
C\$3000-C\$4500	54	26.7
C\$4501-C\$6000	74	36.7
C\$6001-C\$7500	44	21.7
C\$7501a mas	30	15.0

Total	202	100.0
-------	-----	-------

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

El 36.7% tiene ingreso entre C\$4501-C\$6000, además el otro gran porcentaje es de 26.7% con un ingreso de C\$3000-C\$4500, además el 21.7% se identificó con el ingreso de C\$6,001-7,500

Tabla 12 Visita de lugares turísticos

	Frecuencia	Porcentaje
Una vez por semana	17	8.3
Dos veces por semana.	10	5.0
Fines de semana	44	21.7
Quincenal	33	16.7
Mensual	40	20.0
Semestral	24	11.7
Anual	24	11.7
Nunca	10	5.0
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

El 21.7% de los encuestados prefieren visitar lugares turísticos los fines de semanas, siendo el porcentaje más alto para los encuestados; el 20% deciden visitar lugares turísticos mensualmente.

Tabla 13 Visita a Finca los Ángeles

	Frecuencia	Porcentaje
(1-3) Veces en el año	145	71.7
(7 a más) veces en el año	57	28.3
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Los turistas que visitan el centro recreativo por lo general lo realizan de 1-3 veces en el año siendo un 71.7%, además el 28% lo visitan de 7 a más veces deciden ir a este lugar.

Tabla 14 Compañía con la que visita Finca Los Ángeles

	Frecuencia	Porcentaje
Familia	57	28.3
Amigos	77	38.3
Pareja	68	33.3
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

La mayoría de las personas que visitan el centro turístico con sus amigos un 38.3%, esto porque en su mayoría son personas solteras, por otra parte, el 33.3% lo visitan en familia esto porque en gran parte son casados.

Tabla 15 Precios del centro turístico son accesibles

	Frecuencia	Porcentaje
Si	54	26.7
No	81	40.0
Algunos	67	33.3
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Un 40% considera que los precios no son accesibles del centro turístico y un 26.7% si considera.

Tabla 16 medidas preventivas tomadas por el centro turístico.

	Frecuencia	Porcentaje
Buena	104	51.7
Mala	21	10.0
Regular	77	38.3
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

En la actualidad para visitar cualquier destino lo más importante es tomar las medidas sanitarias, el 51.7% tiene una buena percepción acerca del centro turístico y el 38.3% una percepción regular, siendo esto muy bueno puesto que se está encaminando hacia una atención de calidad.

Tabla 17 Distancia

	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	36.7
No	61	30.0
A veces	67	33.3
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

El 36.7% considera que, si es una posibilidad de impedimento para visitar el centro recreativo, mientras que un 33.3% a veces y un 30% que no.

Tabla 18 preferencia en la visita

	Frecuencia	Porcentaje
Precios	74	36.7
Calidad	47	23.3
Atención al Cliente	54	26.7
Entorno Atractivo	27	13.3
Total	202	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Un 36% prefiere visitar el centro recreativo por sus precios, mientras el 26.7% y 23,3% por atención al cliente y la calidad.

Entrevista.

Tabla 19 Entrevista

Preguntas	Respuestas
P1. ¿Cuál es el género que más visitan ¿Finca Los Ángeles?	Por igual tanto hombre como mujer visitan bástate nuestro centro recreativo.

P2. ¿Cuál es el rango promedio de edades que más la visitan?	Entre 18-30, son personas algo jóvenes
P3. ¿Sus servicios hacía que clase social está dirigida?	Clase media y alta
P4. ¿El centro turístico es visitado por familias numerosas?	Si, por lo general son familias grandes las que visitan de nuestro centro recreativo
P5. ¿Cuenta con un vehículo que ofrezca recorrido hacia Finca Los Ángeles?	Finca los Ángeles por el momento no cuenta con transporte para turistas, Se realiza un recorrido, pero es exclusivo para trabajadores.
P6. ¿Considera que los precios de los servicios del centro turístico son accesibles para todos los visitantes?	Si, acto para personas con un ingreso medio
P7. ¿Cuál es la percepción de los visitantes ante las medidas tomadas por el centro turístico con respecto a salubridad?	Hemos visto una muy buena aceptación por parte de los visitantes, al momento de ingresar a nuestro centro e informarle de nuestras normativas de higiene.
P8. ¿Considera que la distancia sea un impedimento para que visiten Finca los Ángeles?	En ocasiones cuando el transporte público no labora.
P9. ¿El Centro recreativo tiene la capacidad para atender a grupos grandes de visitantes?	Si, se cuenta con un personal altamente calificado, que permite darles una excelente atención.
P10. ¿La variación en las frecuencias de visita por parte de turista los ha conllevado a modificar los precios en sus servicios?	Si la reducción de la demanda no ha llevado a un ligero incremento en los precios de algunos platillos y servicios complementarios.

Fuente: Elaboración propia con datos de la entrevista.

La entrevista aplicada a la propietaria del centro recreativo de finca los ángeles, señalo que ambos géneros visitan de igual manera , las edades en las que encuentran es de 18-30 años, que sus servicios están destinados a clase media y alta, mayormente es visitado por familias numerosas, no ofrece servicios de transporte, considera que sus precios son accesibles, que la percepción son muy buenas por parte de los turistas, considera que la distancia a veces es un impedimento para que visiten el centro recreativo, teniendo la capacidad para atender grandes grupos de personas, y nos dice que la reducción en la demanda los ha llevado a un ligero cambio en los precios de los servicios.

8.1. Prueba de chi-cuadrado de Pearson.

“Las pruebas chi-cuadrado son un grupo de contrastes de hipótesis que sirven para comprobar afirmaciones acerca de las funciones de probabilidad (o densidad) de una o dos variables aleatoria” (Rodríguez, 2018) Estas pruebas no pertenecen propiamente a la estadística paramétrica pues no establecen suposiciones restrictivas en cuanto al tipo de variables que admiten, ni en lo que refiere a su distribución de probabilidad ni en los valores y/o el conocimiento de sus parámetros.

Se aplican en dos situaciones básicas:

- a) Cuando queremos comprobar si una variable, cuya descripción parece adecuada, tiene una determinada función de probabilidad. La prueba correspondiente se llama chicuadrado de ajuste.
- b) Cuando queremos averiguar si dos variables (o dos vías de clasificación) son independientes estadísticamente. En este caso la prueba que aplicaremos ser la chicuadrado de independencia o chi-cuadrado de contingencia.

Tabla 20 Factores Sociales

Tabla cruzada				
Recuento				
		Con que frecuencia visita Finca Los Ángeles		Total
		(1-3) Veces en el año	(7 a más) veces en el año	
	Familia	15	2	17

Factores socioeconómicos del turista que inciden en el comportamiento del Centro Recreativo Finca los Ángeles del municipio de Juigalpa, Chontales en el II semestre del 2020

En Compañía de quien visita Finca Los Ángeles	Amigos	12	11	23
	Pareja	16	4	20
Total		43	17	202

Tabla 21 Prueba de Chi-Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	7.286 ^a	2	.026
Razón de verosimilitud	7.356	2	.025
Asociación lineal por lineal	.174	1	.677
N de casos válidos	60		

Según la prueba no paramétrica de Chi-Cuadrado de Pearson determinamos que los factores sociales, permite demostrar que la hipótesis nula es rechazada cuando la asintótica es .026 y de esta manera permite saber que no inciden los factores sociales del turista en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles, aceptando la hipótesis alternativa los factores sociales del turista inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles.

Tabla 22 Factores Económicos

Considera que los precios del centro turístico son accesibles*Con qué frecuencia visita Finca Los Ángeles tabulación cruzada				
Recuento				
		Con que frecuencia visita Finca Los Ángeles		Total
		(1-3) Veces en el año	(7 a más) veces en el año	
Considera que los precios del centro turístico son accesibles	Si	12	4	16
	No	20	4	24
	Algunos	11	9	20
Total		43	17	60

Tabla 23 Pruebas de Chi-Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	4.432 ^a	2	.109
Razón de verosimilitud	4.382	2	.112
Asociación lineal por lineal	2.026	1	.155
N de casos válidos	60		

Según la prueba no paramétrica de Chi-Cuadrado de Pearson para determinamos los factores sociales, nos permite demostrar que nuestra hipótesis nula se acepta porque la asintótica es de .109 y esto nos permite saber que los factores económicos del turista inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles, por tanto, se rechaza la hipótesis alternativa los factores económicos del turista no inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles.

IX. CONCLUSIONES.

Una vez finalizada la investigación sobre los Factores socioeconómicos del turista que inciden en el comportamiento del centro recreativo Finca Los Ángeles del Municipio de Juigalpa Chontales en el II semestre del año 2020 el análisis permite llegar a las siguientes conclusiones:

- Al momento de determinar los factores económicos del turista llegamos a la conclusión que: poder adquisitivo de los turistas es medio a alto, por lo que su ingreso económico promedio es de C\$4,001- C\$6,000, la mayoría de los turistas no cuentan con un vehículo propio por lo que buscan la manera tradicional de moverse.
- Identificando los factores sociales que más influyen en los turistas del centro turístico, llegamos a la conclusión que la clase social y las edades son determinantes al momento de visitar el centro a la vez tiene mucho que ver la percepción que en estos momentos tienen los visitantes, además influye mucho su estado civil que asisten la mayoría de personas son solteras, en rango de edades de 20-29 años, les gusta visitarlo con los amigos y la mayoría de personas que visitan son de clase media.
- Según la relación de Chi-cuadrado determinamos que los factores que están incidiendo en el comportamiento del centro recreativo Finca los Ángeles, son los económicos y de esta manera podemos saber que la reducción de las visitas al centro turístico, permite que los precios incrementan afectando a finca los Ángeles.

X. RECOMENDACIONES.

Concluida la fase del proceso de investigación, se indican algunas recomendaciones que se pretende sean útiles para el centro turístico, lo que permitirá la atracción de más turistas.

- Precios más estables: se debe mantener un rango de precios porque si los precios aumentan la frecuencia en las visitas al centro turístico disminuirán.
- Paquetes todo incluido: en el que ofrezcan un precio específico, por transporte, alimentación, ingreso a piscinas y servicios recreativos.
- Mejoras en el marketing digital: Creación de página web en el que sea un sistema fácil de reserva.
- Mayor interacción y contenido en sus redes oficiales: Creación de flyer publicitarios con platillos del día.
- Menú ejecutivo: creación de un menú accesible con una excelente variedad.
- Descuentos: cupones de descuento a los clientes frecuentes o por el consumo de una cantidad específica.
- Días Familiares: día en los que cuenten con una variedad de dinámicas para toda la familia.
- Transporte exclusivo del centro recreativo: incorporación es este servicio para la gran cantidad de personas que no tienen un vehículo propio
- Reserva de una piscina por una cantidad aproximada de 20 personas.
- Normas establecidas de higiene, para los visitantes en su estadía en el centro recreativo.

XI. BIBLIOGRAFÍA

- Alonso Martin, M. A. (28 de 07 de 2017). Obtenido de <https://oa.ugto.mx/wpcontent/uploads/2017/10/oa-rg-0001358.pdf>
- Altamira, R., & Muños , X. (2007). *El Turismo como motor del crecimiento*. Obtenido de https://www.rcumariacristina.com/wp-content/uploads/2010/12/ricardo_altimira_red.pdf
- Arróliga, C. (2018). *Análisis socioeconómico del modelo de desarrollo turístico rural comunitario en la comunidad el Ostional, municipio de San Juan del sur, departamento de Rivas, en el periodo enero a diciembre 2017*. Managua: UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA.
- Azcue, I., Cruz, G., & Varisco, C. (2018). *IMPACTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO*. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Cuanalo, D. (8 de Marzo de 2017). *Inter Blog*. Obtenido de <https://www.lainter.edu.mx/blog/2017/03/08/la-importancia-del-turismo/#:~:text=Una%20de%20las%20actividades%20econ%C3%B3micas,o%20impactos%20negativos%20al%20ambiente>.
- Clara, C. T. (2020). Obtenido de <https://www.facebook.com/CentroTuristicoSantaClara/>
- Contributors, E. (26 de 08 de 2019). *EcuRed*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/index.php?title=Juigalpa_\(Nicaragua\)&oldid=3525175](https://www.ecured.cu/index.php?title=Juigalpa_(Nicaragua)&oldid=3525175)
- Delgado, D., & Somoza , B. (2017). *PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURISTICO PARA LA CIUDAD DE JUIGALPA PERIODO 2017*. Juigalpa: UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA.
- Dritsakis. (2004). Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7460/2/TFLACSO-2014JCLO.pdf>
- Garcia, M., Gutiérrez , M., & Plata , M. (2015). *Analizar los efectos socioculturales de la actividad turística en el municipio de Catarina, Departamento de Masaya, (Septiembre 2014 - febrero 2015)*. Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.

GOMEZ, D. (2015). *FACTORES SOCIALES Y ECONOMICOS QUE FAVORECEN U OBSTACULIZAN EL*. UNIVERSIDAD CATOLICA DE MANIZALES.

Guerrero , J., & Barquero , J. (2000). *Yumpu*. Obtenido de [https://www.yumpu.com/es/document/view/40648092/ficha-municipal-juigalpa-esta-ubicadaa-139-kilometros-de-](https://www.yumpu.com/es/document/view/40648092/ficha-municipal-juigalpa-esta-ubicadaa-139-kilometros-de)

Juancho, R. d. (s.f.). Obtenido de <https://es-la.facebook.com/pages/category/Local-Business/Rancho-deJuancho-427054611029201/>

Levy, D. (20 de 04 de 2014). *Slideshare*. Obtenido de slideshare: <https://es.slideshare.net/scourge/factores-sociales-y-culturales-que-inciden-en-elcomportamiento-laboral>

Malhotra, N. (2008). *Investigacion de Mercado*.

Masias, R. (02 de agosto de 2016). *Eumed.net*. Obtenido de <https://www.eumed.net/librosgratis/2011c/985/factores%20culturales%20y%20desarrollo%20cultural.html>

Mauricio, F., Santamaria, E., & Bayas , V. (2018). *EFFECTO ECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, ECUADOR*. Argentina: Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Merino, P. y. (2017). *Definicion de:.* Obtenido de Definicion de: <https://definicion.de/costo-deproduccion/>

Ortega, S. (04 de 05 de 2020). *Camprestre La Candelaria*. (A. Aviles, Entrevistador)

Ortiz. (16 de 11 de 2014). *Prezzi*. Obtenido de Prezzi: <https://prezi.com/iphpiqykamlk/factores-ysectores-economicos/>

Ortiz, J. C. (2014). <https://1library.co/document/rz3o9v9z-analisis-del-turismo-y-su-importancia-en-elcrecimiento-economico-en-america-latina-el-caso-del-ecuador.html>. Obtenido de <https://1library.co/document/rz3o9v9z-analisis-del-turismo-y-su-importancia-en-elcrecimiento-economico-en-america-latina-el-caso-del-ecuador.html>

Oviedo, G. (2004). LA DEFINICIÓN DEL CONCEPTO DE PERCEPCIÓN EN PSICOLOGÍA CON BASE EN LA TEORÍA GESTALT. *Revista de Estudio sociales*.

Peralta, G. (2016). *Factores económicos que inciden en el Crecimiento y desarrollo de las financieras*

(FAMA, FUNDESER Y FINCA NICARAGUA), Juigalpa, Chontales,. Jinotepe: UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA, MANAGUA.

Pérez, G. (2008). *Definicion*. Obtenido de definicion: (<https://definicion.de/efecto/>)

Raffino. (13 de 02 de 2020). *concepto de*. Obtenido de <https://concepto.de/oferta/#ixzz6LyBh1Sjd>

Raffino, M. E. (23 de 01 de 2020). *concepto.de*. Obtenido de concepto.de: <https://concepto.de/turismo/>

Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7460/2/TFLACSO-2014JCLO.pdf>

Sembler, C. (2006). *Estratificación social y clases sociales*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Soto, M. (04 de 05 de 2020). Finca Los Angeles. (A. Aviles, Entrevistador)

UNWTO. (2015). *UNWTO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Urbina, L. (19 de 02 de 2017). *Canal 4.com*. Obtenido de https://www.canal4.com.ni/index.php/multinoticias/22301-finca-los-%C3%A1ngeles-enjuigalpa-chontales,-un-lugar-que-debes-visitar?__cf_chl_jschl_tk__=8c286c92a69a552df5b586a73e64d92493340f44-1588707912-0ASnqC01adJRHyFOsK47tazewQzw4Tz9CkT-ey9QpvQmxKOjHd8O-

Vianica. (2017). *Vianica.com*. Obtenido de <https://vianica.com/sp/nicaragua/chontales>

ViaNica.com. (2018). *ViaNica.com*. Obtenido de Explore Nicaragua en Linea: <https://vianica.com/sp/nicaragua/chontales>

Zulieth. (09 de 04 de 2010). *slideshare*. Obtenido de

<https://es.slideshare.net/zulieth/conceptosgenerales-de-turismo>

ANEXOS



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

XII. ANEXOS

ENCUESTA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA UNAN-FAREM-CHONTALES

“Cornelio Silva Argüello”

Carrera: Lic. Administración Turística y Hotelera V año

Esta encuesta está dirigida a los consumidores de Finca Los Ángeles para analizar y obtener información sobre los Factores Socioeconómicos del turista.

Por favor llenar la encuesta marcando con una “X” su respuesta en cada pregunta.

P1. Sexo: 1) Femenino _____ 2) Masculino _____

P2. Nacionalidad: Extranjero _____ Nacional _____

P3. De las siguientes edades, usted en cual se encuentra (20-29)
_____ (30-39) _____ (40-49) _____ (50-59) o más _____ **P4.**

¿Cuál es su Estatus Civil?

Soltero _____ Casado _____

P5. ¿En cuál de estas clases sociales se ubica?

- a) Clase Alta _____
- b) Clase Media _____
- c) Clase Baja _____

P6. ¿Cuál es su situación laboral?

- a) Ocupado _____ d) Jubilado _____
- b) Estudiante _____ e) Otro _____
- c) Desempleado _____

P7. ¿Cuántas personas integran su familia?

- a) 2 personas _____ c) 4 a mas _____
- b) 3 personas _____

P8. Cuenta con un vehículo propio

a) Si _____

b) No _____

P9. ¿Con que frecuencia viaja a lugares turísticos?

- | | |
|-------------------------------|--------------------|
| 1. Una vez por semana _____ | 4. Quincenal _____ |
| 2. Dos veces por semana _____ | 5. Mensual _____ |
| 3. Fines de semana _____ | 6. Semestral _____ |
| 7. Anual _____ | 8. Nunca _____ |

P10. En cuál de las siguientes opciones sobre su poder adquisitivo usted se ubica

- a) Alto poder adquisitivo _____
b) Medio poder adquisitivo _____
c) Bajo poder adquisitivo _____

P10. Seleccione cuál es el rango de su Ingreso familiar promedio para realizar turismo.

- a) C\$3,000- C\$4,500 _____ c) C\$6,001- C\$7,500 _____
b) C\$4,501- C\$6, 000 _____ d) C\$7,501 a mas _____

P12. ¿Con qué frecuencia visita Finca Los Ángeles?

- a) (1 – 3) vez en al año _____
b) (4 – 6) veces al año _____
c) 7 a más veces en el año _____

P13. ¿En compañía de quien visita Finca Los Ángeles?

- a) Familia _____ c) Pareja _____
b) Amigos _____ d) Solo _____

P14. Considera que los precios del centro turístico son accesibles

- a) Si _____ b) No _____ c) Algunos _____

P15. ¿Cuál es su percepción ante las medidas preventivas tomadas por este centro turístico ante la pandemia de Coronavirus?

- a) Buena _____ b) Mala _____ c) Regular _____

P16. Considera que la distancia sea un impedimento para visitar Finca los Ángeles.

a) Si _____

b) No _____

P17 ¿Por qué prefiere visitar Finca Los Ángeles?

a) Por los precios _____

b) Por la calidad _____

c) Por la atención al cliente _____

d) Entorno Natural Atractivo _____

ENTREVISTA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

UNAN-FAREM-CHONTALES

“Cornelio Silva Argüello”

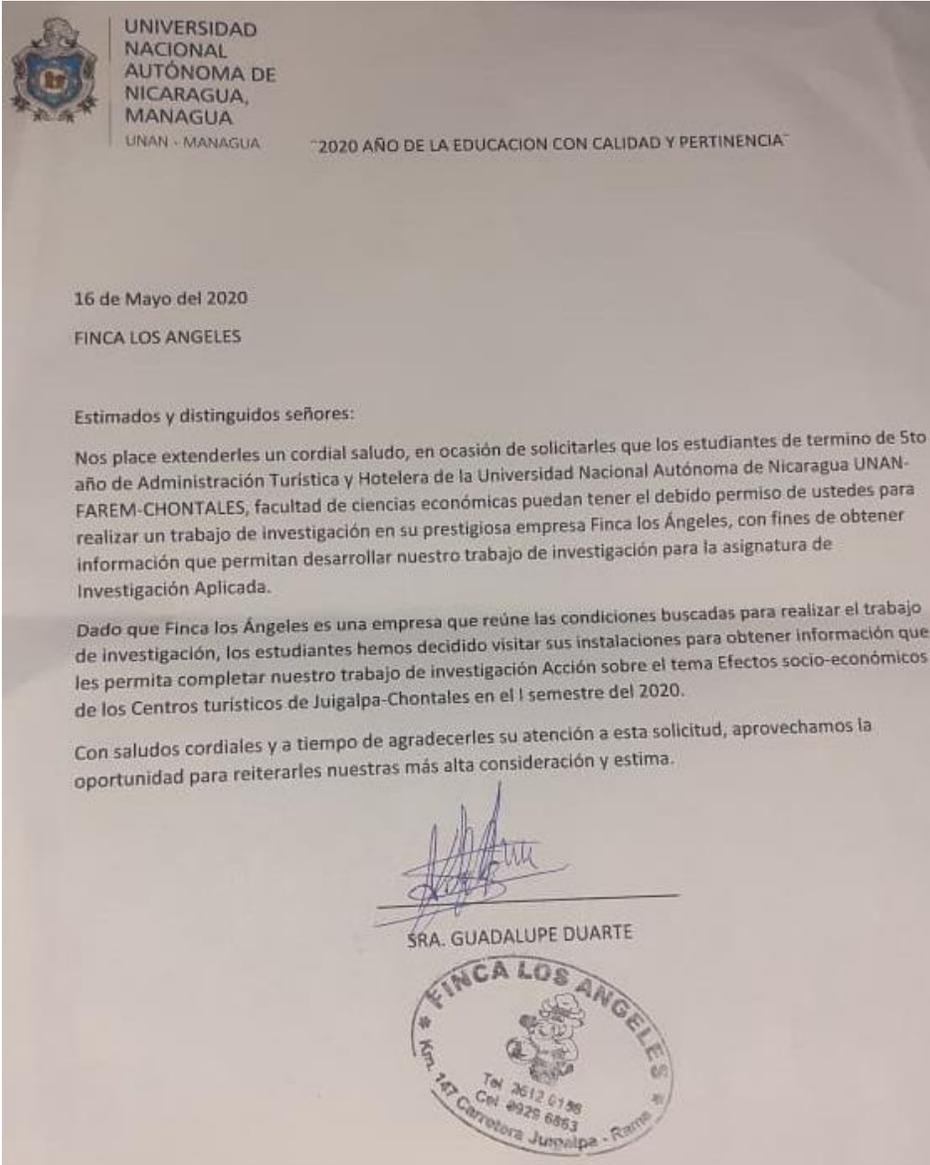
Carrera: Lic. Administración Turística y Hotelera V año

Esta entrevista está dirigida a Propietaria de Finca Los Ángeles para analizar y obtener información sobre los Factores Socioeconómicos del turista.

Por favor llenar la encuesta marcando con una “X” su respuesta en cada pregunta.

- P1. ¿Cuál es el género que más visitan Finca Los Ángeles ?
- P2. ¿Cuál es el rango promedio de edades que más la visitan?
- P3. ¿Sus servicios hacia que clase social está dirigida?
- P4. ¿El centro turístico es visitado por familias numerosas?
- P5. ¿Cuenta con un vehículo que ofrezca recorrido hacia Finca Los Ángeles?
- P6. ¿Considera que los precios de los servicios del centro turístico son accesibles para todos los visitantes?
- P7. ¿Cuál es la percepción de los visitantes ante las medidas tomadas por el centro turístico con respecto a salubridad?
- P8. ¿Considera que la distancia sea un impedimento para que visiten Finca los Ángeles??
- P9. ¿El Centro recreativo tiene la capacidad para atender a grupos grandes de visitantes??
- P10. ¿ La variación en las frecuencias de visita por parte de turista los ha conllevado a modificar los precios en sus servicios.

Carta



**Factores socioeconómicos que afectan los Centros Turísticos de Juigalpa, Chontales
en el primer semestre del año 2020**

Finca Los Ángeles



Primera Piscina del centro recreativo



Piscina de más grande y profunda.