



***Recinto Universitario “Carlos Fonseca Amador” Facultad  
de Ciencias Económicas, Managua.***

***Departamento de Economía***

***Monografía para optar por al título de Licenciatura en Economía.***

***Tema:***

***“Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en Nicaragua  
2015- 2020.”***

***Autoras:***

***Br. Osmara De Fátima Sánchez Mejía.***

***Br. Dajana Joanska Sieza Vivas.***

***Br. Martha Katiana Martínez Linarte.***

***Tutor:***

***MSc. Luis Bravo.***

***Managua, Marzo 2023.***





***Recinto Universitario “Carlos Fonseca Amador” Facultad  
de Ciencias Económicas, Managua.***

***Departamento de Economía***

***Monografía para optar por al título de Licenciatura en Economía.***

***Tema:***

***“Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en Nicaragua  
2015- 2020.”***

***Autoras:***

***Br. Osmara De Fátima Sánchez Mejía.***

***Br. Dajana Joanska Sieza Vivas.***

***Br. Martha Katiana Martínez Linarte.***

***Tutor:***

***MSc. Luis Bravo.***

***Managua, Marzo 2023.***

## ***Dedicatoria***

*Esta monografía se lo dedico a Dios, quien ha estado conmigo en los momentos más difíciles y buenos de mi vida, por ser de inspiración a lo largo de mi camino como hija y estudiante, por guiarme por el buen camino y llegar hasta este momento de mi vida.*

*A mis padres Claudia Vivas y Román Sieza por su amor, sacrificio y brindarme todo el apoyo incondicional.*

***Dajana Joanska Sieza Vivas.***

## *Agradecimiento*

*Agradezco infinitamente a Dios por lo bueno y maravilloso que ha sido en mi vida y permitirme culminar mi carrera, ha sido un largo camino pero sin El esto no tendría ningún significado.*

*A mis padres Claudia Vivas y Román Sieza por ser un apoyo incondicional y siempre creer en mí, por motivarme a ser una mejor hija y alumna.*

*A mis maestros que me acompañaron en este camino y con sus valiosos conocimientos me han traído hasta aquí, a mi tutor el maestro Luis Bravo por su tiempo, dedicación y paciencia, al maestro Leonel Flores y Oliver Morales quienes también fueron de ayuda al momento de terminar nuestra tesis.*

*Dajana Joanska Sieza Vivas.*

*Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencia y sobretodo felicidad.*

*Le doy gracias a mi madre Marta Linarte por apoyarme en todo momento, por los valores que me ha inculcado y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo a seguir.*

*A mis profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional. A los licenciados Luis bravo y Leonel Flores por su apoyo incondicional.*

*A la Universidad nacional autónoma de Nicaragua (UNAN Managua) y por brindarme la oportunidad de estudiar en esta prestigiosa universidad que forma profesional competentes con valores éticos, Morales, culturales y ambientales cada día, por su apoyo educativo, social y económico.*

*Agradezco a todas aquellas personas especiales en mi vida, mi familia y mis amigos por su apoyo y amor gracias por sus buenos deseos Dios los bendiga.*

*“La fe no hace que las cosas sean fáciles, hace que sean posibles”*

*Lucas1; 31*

*Martha Katiana Martinez.*

*Agradezco primeramente a Dios por permitirme llegar hasta este momento de mi vida, por permitir que mis padres Juan Sanchez y Evelin Mejia sean parte de este proceso y hayan sido ellos quienes me impulsaran y me facilitaran el camino brindándome siempre sus consejos y apoyo, ambos han sido un gran ejemplo a seguir para mí, gracias por enseñarme a levantarme de cada caída, y por ayudarme a obtener esta herramienta que me abrirá puertas en el aspecto profesional.*

*Agradezco también a mi jefa, Mery Jarquín quien ha sido comprensiva durante este proceso y me ha facilitado los permisos que le he solicitado desde que empecé con este proyecto hasta poder culminarlo, me ha permitido poder desempeñarme en una empresa de manera profesional y llevar mis estudios de la mano al mismo tiempo.*

*Agradezco a mis maestros que han tenido la dedicación de enseñarme y de motivarme a seguir estudiando siempre, por brindar siempre sus consejos y estar ahí para cada pregunta que hiciera.*

*Osmara de Fátima Sánchez Mejía*

## **Resumen.**

La presente tesis titulada “análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico de Nicaragua durante el periodo 2015 2020 tiene como finalidad Determinar cuánto aporta el sector turismo al PIB de Nicaragua describiendo la actividad que el sector turístico ha experimentado en ese periodo. Así mismo demostrar el aporte de los tipos de turismo a la economía nacional, en Nicaragua el seguimiento de la actividad turística tradicionalmente asocia a indicadores estadísticos específicos (VAT, PIB). De igual forma esta tesis buscó estimar los factores determinantes del crecimiento turístico de Nicaragua que impulsan a otras actividades económicas del país

El estudio utilizo como material y método la recopilación de información de fuentes secundarias (INTUR y Cuenta Satélite de Turismo) y el uso de repositorios bibliográficos del país.

Se ha encontrado el importante papel que en el pasado ha tenido como motor de crecimiento y desarrollo económico para el país y el turismo sigue siendo y está considerado una fuente de ingreso y empleo para las pequeñas, medianas y grandes empresas. Es clave recalcar que el sector turístico es un agente multiplicador y está contribuyendo al PIB por el lado del crecimiento muy a pesar de estar determinado por factores socioeconómicos, y factores naturales es de esperar que su cuantificación de aporte se mas visibilizado y los nuevas y emergentes negocios y actividades formen parte de las cuentas de la así llamada industria limpia.

Palabras Claves: Crecimiento, Inversión, Ingresos, Sector Turístico, Economía Nacional.



## **Introducción.**

Capítulo I .....	1
1.1 Introducción .....	1
1.2 Planteamiento del problema. ....	2
1.2.1 Formulación del problema.....	3
1.2.2 Sistematización del problema.....	3
1.3 Justificación .....	4
1.4 Objetivos de la investigación .....	5
1.4.1 Objetivo General .....	5
1.4.2 Objetivos Específicos .....	5
Capitulo II .....	6
2. Marco referencial. ....	6
2.1 Antecedentes.....	6
2.2 Marco Teórico.....	8
2.3 Marco Conceptual.....	11
2.4 Marco Legal.....	15
2.5 Hipótesis.....	24
Capitulo III .....	25
3.1 Diseño Metodológico .....	25
3.2 Cuadro de las variables. ....	27
Capitulo IV.....	28
4. Análisis y discusión de los resultados.....	28
4.1- Aporte del sector turismo al crecimiento económico en Nicaragua en el periodo de estudio.....	28
4.1.2 Turismo como generador de divisas.....	40

4.2 Factores socio-económicos diferenciales en Nicaragua que determinan el turismo.	45
4.2.1 Factores económicos generales del turismo	46
4.2.2 Efectos Negativos:	58
4.2.3 Determinantes de la inflación	63
4.3 Analizar el crecimiento económico en el turismo de Nicaragua.	66
4.3.1 Consumo Turístico 2015-2020	66
4.3.2 Valor Agregado Turístico 2015-2020.	67
4.3.3 Turismo como generador de empleo.	68
4.6 Infraestructura en Nicaragua.	70
4.7 MODELO ECONOMETRICO.	73
Capítulo V	76
5.1 Conclusiones.	76
5.2 Bibliografía	79
5.3 Anexos	81

## Índice de tablas.

Tabla 1 Cuadro de Variables. -----	27
Tabla 2 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2015) -----	29
Tabla 3 Llegada de turistas a Nicaragua segun via de entreda. -----	30
Tabla 4 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2016) -----	31
Tabla 5 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2017) -----	32
Tabla 6 Numero de establecimientos 2015-2020 -----	34
Tabla 7 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2018) -----	34
Tabla 8 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2019) -----	36
Tabla 9 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2020) -----	37
Tabla 10 Gasto promedio diario (2015-2020) -----	39
Tabla 11 Llegada de turistas segun region de residencia (2015-2020) -----	40
Tabla 12 Turismo como generador de divisas (2015-2020) -----	41
Tabla 13 Indice de Desarrollo Humano (2015-2019) -----	59
Tabla 14 Consumo turistico (2015-2020) -----	67
Tabla 15 Valor Agregado Turistico (2015-2020) -----	68
Tabla 16 Turismo como generador de empleo -----	68
Tabla 17 Inversiones turisticas aprobadas (2015-2020) -----	71
Tabla 18 Modelo logaritmico -----	74
Tabla 19 Comportamiento del turismo (2006-2021) -----	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2015) -----	29
Gráfico 2 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2016) -----	31
Gráfico 3 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2017) -----	33
Gráfico 4 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2018) -----	35
Gráfico 5 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2019) -----	36
Gráfico 6 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2020) -----	38
Gráfico 7 Dividas generadas por el turismo (2015-2020)-----	42
Gráfico 8 Valor del IDH (2015-2019)-----	60
Gráfico 9 Evolucion de la inflacion (2015-2020) -----	64
Gráfico 10 Proyectos turisticos aprobados (2015-2020)-----	72
Gráfico 11 Comportamiento del turismo (2006-2021) -----	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Índice de Imágenes.

Imagen 1 Bluefields. -----	49
Imagen 2 Corn Island.-----	50
Imagen 3 Ciudad de Granada-----	51
Imagen 4 Isletas de Granada.-----	51
Imagen 5 Reserva natural Mombacho-----	52
Imagen 6 Ciudad de León-----	53
Imagen 7 Basilica catedral de Asuncion -----	54
Imagen 8 Leon Viejo-----	55
Imagen 9 Cerro Negro, Sandboarding-----	56
Imagen 10 Cristo Redentor, San Juan del Sur -----	56
Imagen 11 Playa de Rivas -----	57
Imagen 12 Tortugas en Playa de Rivas -----	57

# Capítulo I

## 1.1 Introducción

El turismo ha experimentado un rápido desarrollo, por lo que se ha convertido en una de las principales actividades económicas generadoras de divisas y empleos en la gran mayoría de países que activan este sector. Al respecto se puede mencionar que la organización mundial del turismo (OMT), expresa “Que la industria turística en la actualidad será considerada como el primer sector económico mundial que experimentará un mayor incremento en cuanto a inversión de capital y generación de trabajo” (World Tourism Organization, s.f.).

La tesis está estructurada de la siguiente manera. El primer capítulo comprende una introducción que repasa la actividad en la que se encuentra el sector turístico a nivel nacional asimismo a lo largo de todo el trabajo se contempla como el desarrollo de un tipo de turismo, como es el turismo interno, interior, emisor y receptor y las divisas generadas por el turismo en el periodo de estudio.

En el capítulo dos se abarca la posible influencia que la sostenibilidad ambiental puede tener en facilitar que la transformación del crecimiento del turismo pueda convertirse en desarrollo económico y las actividades turísticas que ofrece Nicaragua.

El capítulo tres está vinculadas con el primero que forman el eje central de este trabajo de investigación donde se recogen datos tales como las inversiones turísticas, el de Desarrollo Humano y el comportamiento del sector turístico.

Seguidamente el capítulo cuatro se centra en el análisis de resultados como proceso analítico deductivo e inductivo tomando en cuenta las preguntas orientadoras y el uso de la información y los datos recopilados

Finalmente se plantea el capítulo V donde se abordan las conclusiones que emergen de este proceso de investigación.

## 1.2 Planteamiento del problema.

El turismo es una de las actividades económicas que más registran ingresos en la economía nacional debido a la demanda de turismo local e internacional por parte de residentes locales y extranjeros en los diversos destinos turísticos.

La industria turística ha sido una de las más afectadas por la crisis socioeconómica vivida en el año 2018 y la pandemia del COVID-19 en 2020, ya que en ambos momentos las compañías aéreas cancelaron vuelos con destino Nicaragua, a lo que se sumó a los cierres de hoteles, restaurantes, y otras empresas del sector.

El PIB de Nicaragua en el año 2018 se contrajo un 3,8% la llegada de visitantes internacionales al país disminuyó 28.7 por ciento con respecto al año anterior equivalente a 39,113 visitantes. (BCN, 2019)

En Nicaragua, el coronavirus solo agravó las pérdidas que ya venían registrándose en el sector turismo desde hace tres años debido a la crisis interna del país, El VAT que se situó en 382.12 millones de dólares en el año 2020, disminuyó con respecto al año anterior, registró una caída del 67,4 % en el número de visitantes extranjeros y de 61,5 % en ingreso por turismo internacional debido a la pandemia de la covid-19, según el informe de resultados de la cuenta satélite de turismo destaca que la producción turística en 2020 fue de 766.18 millones de dólares, siendo menor respecto al nivel registrado en 2019 con 990.46 millones de dólares.

### 1.2.1 Formulación del problema.

¿Qué causas han provocado una disminución de ingresos del turismo al PIB?

¿Cuáles son los factores determinantes en el turismo de Nicaragua?

¿Contribuye el sector turismo al crecimiento económico en el quinquenio 2015-2020?

### 1.2.2 Sistematización del problema

¿Cuánto representa de gasto promedio diario la llegada de turistas para Nicaragua?

¿Cuáles son los factores socio-económicos diferenciales que determinan el turismo en Nicaragua?

¿Cuánto aportan los subsectores del turismo al crecimiento económico de Nicaragua?

### 1.3 Justificación

La relevancia de desarrollar la investigación se centra en tener una idea clara y cuantificable del efecto del turismo en el crecimiento económico de Nicaragua.

Con esto se podrá realizar un análisis de factores socioeconómicos diferenciales que hacen a Nicaragua un país atractivo para el turismo, y como esto se canaliza a un mejor desempeño de la economía en términos generales, dado que se muestra su articulación y vinculación u otros subsectores u otras ramas o actividades económicas tales como el transporte, la hostelería, servicios de restauración y servicios de recreación, datos sobre la generación de divisas y empleo.

Se facilitara para la biblioteca de la facultad de economía n documento que aborde sobre el turismo continuando así el desarrollo de subsiguientes líneas de investigación

Finalmente el estudio permite finalizar los estudios de licenciatura obteniendo así un grado académico de licenciatura.



## 1.4 Objetivos de la investigación.

### 1.4.1 Objetivo General.

Determinar cuánto aporta el sector turismo al PIB de Nicaragua.

### 1.4.2 Objetivos Específicos.

1. Describir el aporte del sector turismo al crecimiento económico en Nicaragua en el periodo de estudio.
2. Identificar los factores socio-económicos y turísticos diferenciales que determinan el turismo en Nicaragua 2015-2020.
3. Analizar el comportamiento del sector turismo en Nicaragua 2015-2020.

## Capítulo II

### 2. Marco referencial.

#### 2.1 Antecedentes.

Nicaragua es un país ubicado en el centro del istmo centroamericano, con una extensión territorial de 130,000 km<sup>2</sup>, siendo el país más grande de Centroamérica. Su territorio se encuentra dividido en tres grandes regiones: Pacífico, Central, Norte y la Costa Caribe. De su historia económica se ha estudiado el sector productivo particularmente, el cultivo de café y la caña de azúcar pero desde la primera mitad del siglo XIX se ha desarrollado la actividad turística del cual existen escasas fuentes bibliográficas. Acerca de su origen se ha evidenciado que ha estado vinculado con la atracción de inversión extranjera hacia el sector productivo y el desarrollo de la infraestructura (Arce, Membreño y Ruiz, 2004). (Lorena, 2015)

En el sitio web de la OMT (UNWTO, 2021) señala que el sector turístico es altamente vulnerable al cambio climático y, al mismo tiempo, contribuye a la emisión de gases de efecto invernadero, una de las causas del calentamiento mundial. Acelerar la acción por el clima en el turismo es, por lo tanto, sumamente importante para garantizar la resiliencia del sector.

Según la tesis realizada por (Yaritza Hernandez, 2015) “Contribución del sector turístico Nicaragüense”. Este estudio se refiere a que el Turismo no sólo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores. También puede ser considerado y definido como una actividad económica de suma importancia. Nicaragua siendo un país pequeño incluye la demanda de turismo local o internacional por parte de residentes locales y extranjeros.

En la tesis realizada por (Yaritza Hernández, 2015). Según este estudio el turismo como actividad económica genera productos, divisas, empleo e inversiones. Las divisas generadas por el gasto de los turistas al crecer también hacen crecer también la cantidad de Reservas internacionales que son los recursos financieros en divisas con los cuales cuenta un país para garantizar los pagos de los bienes que importa y el servicio de la deuda, así como para estabilizar la

moneda por lo cual es importante que sigan creciendo para así mantener un régimen cambiario creíble ya que la moneda Nicaragüense se devalúa anualmente además que ayuda a la estabilidad de la balanza de pagos del país con la entrada de estos recursos a la cuenta corriente y a la cuenta de capital para ver la situación de la economía con respecto al sector externo, una sólida posición en reservas internacionales fortalece la capacidad de pagos externos y disminuye el riesgo soberano.

La actividad turística en Nicaragua impulsada por personas no residentes que visitan el país genera una demanda de una gran variedad de bienes y servicios de la economía nacional. Los servicios de transporte, alojamiento y alimentación desempeñan un papel fundamental para el desarrollo de este sector y de las comunidades locales (Galindo, 2016, pág. 43)

## 2.2 Marco Teórico.

### **Ley de la oferta y demanda**

Adam Smith: considera que la libre competencia es el eje fundamental de funcionamiento del mercado; en dicho mercado, la competencia es la concurrencia de la oferta y la demanda, una demanda mayor hará que los productores inviertan en producir y una oferta mayor afectará a los precios; las empresas operan para obtener los mayores beneficios en un entorno de libre competencia. La ley de la oferta y la demanda es un principio económico, por el cual el precio de un bien se fija cuando la cantidad de la oferta es igual a la cantidad de demanda. Nos explica la relación que existe entre la oferta de un producto o servicio y la demanda de mercado que realizan los consumidores. (DELSOL, SF).

Dentro de un mercado de competencia perfecta se busca el equilibrio entre la oferta y la demanda, es decir, ese punto define hasta donde los consumidores están dispuestos a pagar por un producto determinado y las empresas a producir para obtener un beneficio.

Esta ley de la oferta y la demanda, está formada por dos leyes, que son:

**Ley de la oferta:** hace referencia a la cantidad que ofrecen de un producto servicio, que dependerá del precio de mercado, es decir a menor precio menor oferta del producto o servicio.

**Ley de la demanda:** hace referencia a la cantidad que demandan los consumidores en función del precio del mercado, es decir, a menos precio mayor será la demanda del producto.

Oferta Turística. (Socateli, 2013) Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. La evolución del

sector turístico está orientada más por la demanda que por la oferta. Que toda actividad económica debe conocer quiénes son sus clientes, saber quién compra lo que produce y cuáles son las características, exigencias y expectativas de la demanda que atiende. Así, para que la oferta turística de un país o área geográfica pueda irse afianzando y lograr satisfacer las exigencias de la demanda es necesario:

-Identificar el tipo de clientes actuales que tiene, es decir aquellos que actualmente ya frecuentan esa oferta.

-Definir los clientes potenciales, es decir aquellos a los que se podría atraer para mejorar su posición como destino turístico.

### **Teoría del crecimiento económico**

Es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía generalmente de un país o una región en determinado periodo un año, a grandes rasgos el crecimiento que económico se refiere al incremento de ciertos indicadores como la producción de bienes y servicios, el mayor consumo de energía, el ahorro, la inversión, una balanza comercial favorable, el aumento del consumo per cápita, etc.

Thomas Robert Malthus (1766-1834) plantea que el crecimiento económico es diccionario por el comportamiento de la población, que muestra un incremento, exponencial así como el exceso de ahorro y el consumo escaso, de ahí que sea preciso impulsar una mayor demanda no como resultado de una mayor inversión sino del incremento de la oferta.

Al explicar la teoría del crecimiento bajo la perspectiva de nuevo clasista se suele comenzar por el modelo Solow Swan (Núñez-Lagos Torralba, 2020), este se considera el indicador de los intentos contemporáneos por medir el crecimiento económico y se basa fundamentalmente en los planteamientos de asignación de recursos del modelo de competencia perfecta. El producto total se expresa a través de una función agregada de producción con rendimientos constantes a la escala y

decrecientes al factor. La función correspondiente indica el flujo de bienes y servicios que se genera por periodo. Éste modelo, además plantea que la función de producción depende de un parámetro que representa el índice de productividad global de la economía.

Según la teoría del modelo sólo el financiamiento disponible para la acumulación de capital está determinado por la tasa de ahorro en el caso de una economía cerrada). Tiende a disminuir debido a la existencia de depreciación y a que el crecimiento de la fuerza de trabajo es igual al crecimiento de la población. Si bien el capital puede aumentar, la población lo hace de manera más rápida. Entonces, se crea un estado estacionario donde la tasa de crecimiento de este por habitante de cero, a menos que exista un aumento considerable de la productividad, cada vez que está impacte en las posibilidades de que la economía experimente un crecimiento del producto.

De acuerdo a esta corriente el crecimiento de la productividad global es más importante que la acumulación de factores de producción para explicar la trayectoria de crecimiento económico. El modelo Solow Swan plantea que al diseñarse un modelo de crecimiento, éste no debería estar fuertemente basado en la acumulación de factores de producción, pues puede traer graves efectos para la economía. En su lugar propone hacer énfasis en la productividad global y su comportamiento.

## 2.3 Marco Conceptual

**Turismo:** Para la OMT 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. (OMT, s.f.)

**Economía:** Administración eficaz y razonable de los bienes. Conjunto de bienes y a actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo. (Española, s.f.).

**Cuenta Satélite de Turismo:** La Cuenta Satélite de Turismo es la segunda norma internacional sobre estadística de turismo que se ha elaborado para presentar datos económicos relativos al turismo en un marco de consistencia interna y externa con el resto del sistema estadístico mediante su vínculo con el Sistema de Cuentas Nacionales. Es el marco básico de conciliación de las estadísticas de turismo. Como instrumento estadístico para la contabilidad económica del turismo, la CST puede verse como un conjunto de 10 cuadros sinópticos, cada uno con datos subyacentes, que representan un aspecto diferente de los datos económicos relativo al turismo: el gasto turístico receptor, el gasto turístico interno y el gasto turístico emisor; las cuentas de producción de las industrias turísticas; el valor añadido bruto; y el producto interno bruto (PIB) atribuibles a la demanda turística, el empleo, la inversión, el consumo público, e indicadores no monetarios. (OMT, s.f.)

**Turismo receptor:** comprende las actividades que realizan los visitantes, que residen en el resto del mundo, dentro del territorio económico del país visitado. Incluye a los visitantes nacionales que residen de forma permanente fuera del país de referencia. (Cuenta Satelite de Turismo, 2022)

**Turismo emisor:** comprende las actividades turísticas realizadas por los visitantes residentes fuera de la economía de referencia, como parte de un viaje internacional. (Cuenta Satelite de Turismo, 2022)

**Turismo interno:** comprende las actividades de turismo realizadas por los residentes en el territorio económico del país de referencia. (Cuenta Satelite de Turismo, 2022)

**Turismo interior:** son las actividades turísticas realizadas tanto por los residentes como de visitantes no residentes, dentro del territorio económico de referencia. Es decir, la suma del turismo receptor y el turismo interno. (Cuenta Satelite de Turismo, 2022)

**Tour:** Palabra inglesa que significa: Realizar un viaje de un punto a otro regresando al lugar de origen. Visitar lugares de recreación o negocios en viajes largos o cortos en secuencia o circuito.” (Webster, s.f.)

**Excursionistas:** son aquellos visitantes que permanecen menos de 24 horas en el lugar visitado. (Cuenta Satelite de Turismo, 2022)

**Turistas:** son aquellos visitantes que pernoctan en el lugar visitado, es decir, permanecen más de 24 horas. (Cuenta Satelite de Turismo, 2022)

**Visitantes:** toda persona que se desplaza a un destino diferente al de su entorno habitual por una duración menor a un año, y con fines distintos al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado. Los visitantes se clasifican según el tiempo de permanencia en el destino visitado en turistas y excursionistas. (Cuenta Satelite de Turismo, 2022)

**Infraestructura:** Obra subterránea o estructura que sirve de base de sustentación a otra. Conjunto de elementos, dotaciones o servicios necesarios para el buen funcionamiento de un país, de una ciudad o de una organización cualquiera. (Española, s.f.).

**Oferta turística:** Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico, que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo (Socatelli, 2015)



**Demanda turística:** Suele caracterizarse, además de por su elasticidad, por ser estacional (se concentra en determinados periodos del año, que se conocen como temporada alta). También suelen influir factores del lugar de destino, como el atractivo económico, la estabilidad económica o la diversidad de recursos turísticos que ofrece el sitio en cuestión, o factores del lugar de origen, como el nivel de renta, las modas o la estructura de vacaciones. (ILERNA, 2019).

**Consumo turístico:** El consumo turístico tiene la misma definición formal que el gasto turístico. No obstante, el concepto de consumo turístico utilizado en la Cuenta Satélite de Turismo va más allá del concepto de gasto turístico. Además de la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio y para regalar, antes y durante los viajes turísticos, lo que corresponde a transacciones monetarias (el objetivo del gasto turístico), también se incluyen servicios asociados con alojamiento de vacaciones por cuenta propia, transferencias sociales en especie y otro consumo imputado. Estas transacciones deben estimarse utilizando fuentes diferentes de la información recopilada directamente de los visitantes, como informes sobre intercambio de hogares, estimaciones de alquileres asociados con casas de vacaciones, cálculos de servicios de intermediación financiera medidos indirectamente (SIFMI), etcétera. (OMT, s.f.)

**Demanda turística interna total:** La demanda turística interna total consiste en la suma del consumo turístico interno, la formación bruta de capital fijo turístico y el consumo colectivo turístico. No incluye el consumo turístico emisor (OMT, s.f.)

**Empleo en las industrias turísticas:** El empleo en las industrias turísticas puede medirse como un recuento de las personas empleadas en las industrias turísticas en cualquiera de sus empleos, como un recuento de las personas que desempeñan su empleo principal en las industrias turísticas, o como un recuento de los empleos en las industrias turísticas (OMT, s.f.)

**Gasto turístico:** El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los

propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros. (OMT, s.f.)

**Gasto turístico emisor:** El gasto turístico realizado por un visitante residente fuera de la economía de referencia. (OMT, s.f.)

**Gasto turístico interno:** El gasto turístico realizado por un visitante residente en la economía de referencia. (OMT, s.f.)

**Gasto turístico nacional:** El gasto turístico nacional incluye todo el gasto turístico de los visitantes residentes tanto dentro como fuera de la economía de residencia. Es la suma del gasto turístico interno y el gasto turístico emisor. (OMT, s.f.)

**Gasto turístico receptor:** El gasto turístico realizado por un visitante no residente en la economía de residencia. (OMT, s.f.)

## 2.4 Marco Legal.

### **Ley 495, ley General de turismo aprobada el 2 de julio de 2004 publicada en la Gaceta No. 184 del 22 de septiembre del 2004.**

La ley general del turismo pretende regular la industria turística según las normas establecidas para garantizar su actividad con o sectores públicos o privados lo cual es de gran importancia para el crecimiento y desarrollo del país ya que pretende involucrar dos sectores importantes como lo son las instituciones públicas y entidades privadas que trabajen en conjunto para el beneficio del país.

En la presente ley se nombra el Instituto nicaragüense del turismo INTUR como la máxima autoridad, en la cual las actividades de los sectores público y privado serán reguladas por INTUR citado en el artículo dos de la misma ley.

El Instituto nicaragüense de turismo es el único regulador de las actividades turísticas de Nicaragua. Pretende dinamizar el desarrollo de la industria turística en pro del crecimiento económico, desarrollo social y ambiental del país.

Es importante que se vigile la aplicación y cumplimiento del objetivo establecido en la ley para crear, conservar, mejorar, proteger, promover y aprovechar al máximo los recursos naturales y culturales, al mismo tiempo divulgar la inversión nacional y extranjera en el sector de la industria turística y resguardo de los recursos naturales.

El 2 de junio de 2010 se aprobó la ley 724, ley de reforma parcial a la ley 495, ley general del turismo publicado el 22 de julio de 2010 en la Gaceta Diario, Oficial. Esta ley presenta la modificación de los artículos No. 20, 21, 60 y 62 de la ley 495 publicada en 2004. El cual el artículo 20 expresa que los representantes del sector privado, serán elegidos de tema presentado al presidente de la República. El presidente los elegirá dentro del plazo de 60 días de recibidas. El artículo 21 sin perjuicio de lo establecido en el la ley número 298 ley creadora del Instituto nicaragüense de turismo constituyen el patrimonio e ingreso del INTUR los cuales son obtenidos mediante tarifas establecidas hacia los extranjeros que ingresan al país por cualquier puesto fronterizo de Nicaragua y el monto varía según el tipo de vehículo.

En el artículo 60 se adicionaron los incisos S y de los cuales plantean que por mandato de la presente ley, queda definitivamente prohibido en establecimientos de la industria turística, regulados por el Instituto nicaragüense de turismo, cualquier tipo de discriminación de los usuarios de los servicios turísticos, ya sea por razones de nacimiento, nacionalidad, credo político, raza, sexo, idioma, origen religión, opinión origen, posición económica o condición social, que contravenga lo dispuesto en los artículos 5 y 27 de la Constitución política de la República de Nicaragua.

El prestador de servicios turísticos que violente esta disposición legal recibirá una denuncia. Ésta el derecho de admisión en la facultad que tienen los titulares de los establecimientos turísticos, para determinar las condiciones de acceso y permanencia en los mismos, dentro de los límites legales y reglamentarios establecidos en la presente ley se ejercerá con respeto a la dignidad de las personas y sus derechos humanos, sin que ningún caso pueda producirse.

**Ley 306, ley de incentivos a la industria turística publicada en la gaceta, diario oficial número 168 de fecha 2 de septiembre de 1999.**

La ley de incentivos a la industria turística 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 anterior el Instituto nicaragüense de turismo y el ministerio de hacienda y crédito público deberán establecer una adecuada coordinación entre ellos, que permita el establecimiento de un proceso simple y rápido para facilitar y agilizar el desarrollo de las actividades turísticas en el país y el otorgamiento de los beneficios de esta ley.

Los demás ministerios de estado entes y autónomos de dependencias estatales, que tengan relación permanente y coyuntural con la actividad turística nacional, presentará en la colaboración requerida y necesaria para respaldar al Instituto nicaragüense de turismo e impulsar el desarrollo. El Banco Central de Nicaragua y el INTUR establecerán acuerdos y mecanismos que fomenten y apoyen la financiación y la inversión pública y privada necesaria para el desarrollo de la actividad turística.

Los incentivos que podrán acoger las personas naturales o jurídicas que se dediquen e inviertan directamente en servicios y actividades turísticas debidamente autorizadas por el Intuir, siempre y cuando dichos incentivos hayan sido aprobados por el comité nacional de turismo son los siguientes: servicios de la industria hotelera, inversiones en áreas protegidas de interés turístico y ecológico sin afectar el medio ambiente, previa autorización de la autoridad correspondiente MARENA, así como en sitios públicos de interés turístico y cultural: y en conjuntos de preservación histórica, transporte aéreo, transporte acuático marítimo, fluvial y lacustre. Turismo interno y receptivo: y transporte colectivo turístico terrestre, servicios de alimentos, bebidas y diversiones., Inversiones en filmación de películas: y en eventos de beneficio para el turismo. Arrendamiento de vehículos Terrestres y acuáticos a turistas, inversiones en infraestructura turística y en equipamientos turísticos, desarrollo de las artesanías nicaragüenses: rescate de industrias tradicionales en peligro: producciones de eventos de música típica y del baile folklórico: e impresos y materiales de promoción turística pequeñas, medianas y micro empresas que operan en el sector turístico, en todos los ámbitos de la actividad sectorial.

### **Ley 975 de Reglamento general a la ley de seguridad social "Pensionados y retirados"**

El turismo en el orden internacional representa un segmento de relevancia en el desarrollo mundial, por lo que Nicaragua pretende atraer a este segmento para su establecimiento o residencia, otorgando estímulos y beneficios fiscales a los ciudadanos de este segmento. Nicaragua posee un prestigio internacional reafirmando en la vida nacional como uno de los países más seguros de América latina, y es considerado el país más seguro de Centroamérica, se encuentra en una posición privilegiada en el centro de las Américas gozando de una serie de atractivos turísticos naturales, manifestaciones religiosas, artísticas y culturales, arte culinario y múltiples actividades del sector turístico los cuales deben ser aprovechados para atraer pensionados y retirados del extranjero a que sea nuestro país y el lugar propicio para vivir por el clima de paz y seguridad que hemos alcanzado.

El objeto de la presente ley es establecer el régimen jurídico, normativo y procedimental, aplicable a las personas nacionales o extranjeras que solicitan residir en forma indeterminada en Nicaragua dentro de la categoría migratoria de residente pensionado o de residente rentista. Es de interés especial para el estado de Nicaragua incentivar la actividad turística por medio de la promoción del ingreso del país del turismo especial.

**Ley 344. Ley de promoción de inversiones extranjeras publicada en la Gaceta el miércoles 24 de mayo del 2000. N° 97.**

La ley de promoción de inversiones extranjeras en conformidad con la constitución política de la República de Nicaragua, es obligación del Estado la promulgación de una Ley de inversiones extranjeras a fin de contribuir al desarrollo económico y social del país, sin detrimento de la soberanía nacional y todas las inversiones privadas en el país, tanto nacionales como extranjeras deben de gozar de iguales derechos y garantías.

La inversión extranjera es la que se realiza mediante la transferencia a Nicaragua de capital extranjero, entendiéndose como tal el proveniente del exterior con independencia de la nacionalidad o del lugar de residencia del inversionista. El inversionista extranjero es toda persona natural o jurídica que realiza inversiones extranjeras según quedan definidas anteriormente.

El Estado de Nicaragua fomenta y promueve la inversión extranjera. El inversionista extranjero queda sujeto a todos los preceptos legales de observancia general en el territorio de la República de Nicaragua, y gozará de los mismos derechos y de los medios de ejercerlos que las leyes otorgan a los inversionistas nicaragüenses. Se exceptúan de la disposición anterior, los casos relacionados a la seguridad nacional y salud pública, así como las limitaciones previstas en la constitución política. El inversionista extranjero y su inversión se regulan por lo preceptuado en ésta ley, sin perjuicio de la aplicación de las leyes especiales aplicables a cada inversión en particular.

## **Plan nacional de desarrollo humano PNDH 2012-2016.**

En el PNDH Se plantea la actividad turística como parte integral de la estrategia productiva y del crecimiento económico con el incremento del empleo y la reducción de la pobreza. Se pretende promover al país como destino turístico mejorando la posición del país como atractivo turístico aprovechando la belleza escénica de sus paisajes y su historia, cultura y carisma de los pobladores.

Se ha observado un fuerte crecimiento y de manera sostenible en el sector turismo que genera divisas y beneficios al país y esto ha contribuido a mejorar la calidad de los nicaragüenses. El gobierno de reconciliación y unidad nacional continúa fortaleciendo la industria turística como uno de los ejes de crecimiento del país. Se pretende lograr este objetivo mediante lineamientos:

- Posicionar al país como destino turístico
- Incremento de la oferta turística, mejorando la infraestructura y calidad de servicios.
- Promoción del turismo interno.
- Fortalecimiento de las rutas turísticas.

## **Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR)**

Es el organismo del Gobierno de Nicaragua encargado de promover el desarrollo del sector turístico del país.

### **Misión**

Promover el Desarrollo Sostenible del sector turístico nicaragüense, fortaleciendo las potencialidades de Nicaragua como destino turístico, gestionando eficiente y eficazmente políticas, estrategias, programas y proyectos, en complementariedad y responsabilidad compartida, a fin de contribuir a la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida de las y los nicaragüenses.

## **Visión**

El Instituto Nicaragüense de Turismo es una institución que trabaja con base en el Modelo Cristiano, Socialista y Solidario, integrada por servidores públicos altamente comprometidos con el Desarrollo Humano Sostenible, que promueve, articula y facilita eficazmente el desarrollo del sector turismo y contribuye decididamente al bienestar y la prosperidad de las familias nicaragüenses.

## **Funciones Principales son:**

- Promover y posicionar a Nicaragua en el mercado nacional, regional e internacional como destino turístico atractivo y competitivo.
- Promover políticas de restitución de derecho de las y los nicaragüenses, a la recreación sana y el esparcimiento, con un enfoque que fortalezca el aprecio y orgullo nacional por nuestra historia, cultura, tradiciones, costumbres y valores de nuestra identidad única y original.
- Promover un turismo responsable, que contribuya a impedir el traslado de hábitos negativos, proliferación del uso de drogas, explotación sexual y el tráfico con nuestra pobreza.
- Promover la mejora de la calidad de los productos y la competitividad de los servicios, que ofertan las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, potenciando las riquezas naturales, culturales y sociales de los territorios.

## **Actividades principales de Intur:**

Departamento de desarrollo y enlazamiento: encargada de promover el turismo, como una actividad económica alternativa, que contribuya a la mejora de la calidad de vida de los pobladores locales en los ámbitos económicos, socioculturales y ambientales. Asimismo, será responsable de identificar posibles actores e impulsar los procesos de fortalecimiento por mí por medio de alianza estrategias que permitan dinamizar el aspecto económico y social. Dentro de las actividades más relevantes se encuentran:



1. Encuentros con protagonistas del sector turístico y productivo para promover temas de enlazamiento y competitividad.
2. Intercambio de experiencia entre destinos turísticos
3. Programa de sensibilización en turismo sostenible y mejores prácticas turísticas.
4. Promoción de alianzas público privadas: ruedas de negocio, talleres de comercialización, talleres de producto turístico y encuentros con empresarios del sector turístico y productivo para promover temas de enlazamientos y complementariedad.
5. Departamento de acompañamiento y asistencia técnica:  
Estará a cargo de dar acompañamiento a las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, negocios o emprendimientos Familiares o comunitario a nivel nacional con el propósito de mejorar la calidad de su servicio a través del fortalecimiento del talento humano. Promoviendo la formación de empresas competitivas, mejor organizadas en temas empresariales y más funcionales. La principal función del departamento es la capacitación del sector a nivel de sensibilización.

### **Estrategia de formación en conjunto con INATEC**

Unidad de incentivos a emprendimientos familiares, pequeños negocios y pymes: Esta encargada de orientar aquellos emprendimientos que ya han sido acompañados técnicamente hacia línea de crédito o programa específicos permitiéndoles ir creciendo y mejorar sus condiciones dentro de las actividades más relevantes están:

- Programas de créditos blandos para inversión fideicomiso
- Programas de incentivos turísticos: programas de bonos turísticos

**Departamento de registro y calidad turística:** el departamento de registro tiene como objetivo supervisar, clasificar y reconocer la categoría que corresponda a la calidad de los servicios de las empresas turísticas, conforme a los parámetros establecidos, otorgar y renovar anualmente el título licencia para que operen empresas turísticas, en base a la legislación vigente y así como deberá de verificar

la calidad de los servicios brindados a los visitantes mediante el sistema nacional de calidad turística.

Son considerados prestadores de servicios de la industria turística las empresas con actividades como:

Restaurantes, cafeterías, discotecas, bares, centros nocturnos, hospedería mayor (hoteles más de 15 habitaciones: hoteles, apartamento-hotel, moteles), Hospedería menor (hoteles menos de 15 habitaciones: hostales, familiares, albergues, cabañas, casas de huéspedes, pensiones), arrendamientos de vehículos ( Rent Car: terrestre, acuático, lacustre y Marítimo), líneas aéreas, operadoras de viajes, agencias de viaje, empresas de transporte turístico terrestre, acuático, guías turísticos nacional y local, centros de artesanías y obras de arte, centros de convención, marinas turísticas, parques de atracción turísticas permanentes, agencias de promoción turística y todas las relacionadas a la recreación cultural, deportiva ecoturismo, turismo rural y comunitario.

### **Sistema Nacional de calidad turística (SNCT)**

El sistema nacional de calidad turística es el elemento técnico que enmarca los lineamientos mediante los cuales los funcionarios del Instituto nicaragüense de turismo, Lleven a cabo en la evaluación de aquella empresa dedicada a la actividad turística, esta herramienta presenta una composición sencilla en donde se identifican como ejes de su funcionalidad cuatro aspectos básicos relacionados con la empresa: infraestructura, equipamiento, objetivos internos operación y servicio al cliente.

### **Beneficios del SNCT**

- Mejorar la calidad del producto turístico nicaragüense.
- Impulsar la competitividad del sector.
- Mayor satisfacción del cliente – fidelidad.
- Atracción de nuevos clientes.
- Promoción nacional e internacional según parámetros de calidad previos.
- Reducción de costos, por la buena planificación de las actividades.

-Recibirá calidad en los servicios turísticos, sus expectativas serán más así fechas y su experiencia en el país será mejor apreciada por ellos:

**Empresarios turísticos:**

Participación en programas de capacitación, centro de información de INTUR, con material promocional y campañas de promoción turística de Nicaragua donde participa INTUR, asesoramiento para la mejora de su calidad, reconocimiento de su categoría, esto permitirá al empresario ser más competitivo y tener mayor rentabilidad.

## 2.5 Hipótesis.

El sector turístico en Nicaragua es un contribuyente al crecimiento económico a pesar de efectos controlables y no controlables.

## **Capítulo III**

### **3.1 Diseño Metodológico**

#### **Tipo de investigación**

El presente trabajo investigativo según su enfoque es cuali-cuantitativo o enfoque mixto, Rodrigo Barrantes Echavarría en el libro “Investigación: un camino al conocimiento” habla de que el enfoque mixto puede ser comprendido como un proceso que recolecta, analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio, dentro de esta investigación se presentan características tanto descriptivas, como datos numéricos, referidos a información estadística sobre el área en análisis.

Según su nivel de profundidad, el estudio tendrá un carácter descriptivo, ya que se realizará una caracterización del sector, la cual permitirá conocer la dimensión de la misma y sus condiciones, entre otros aspectos de vital importancia para saber la realidad en el país a través del análisis.

Además, en él se plasman datos de referencia numérica, ya que ayudarán a la recolección de los mismos y a la obtención de resultados de la investigación, a través de la implementación de instrumentos de medición.

La dimensión del presente estudio es en el mediano plazo abarcando un periodo de 6 años entre 2015- 2020 en Nicaragua.

#### **Técnicas e instrumentos**

Se utilizaron fuentes secundarias como documentos, páginas web para recopilar todos los necesarios y de interés para este trabajo. Además del análisis y puntos de vistas de los investigadores.

#### **Análisis y procesamiento de datos**

Se hace uso de Microsoft Excel para crear la base de datos y diseñar la parte descriptiva mediante tablas y gráficos. A partir de los datos de las variables se procede al análisis y estimación de los parámetros en el que se utiliza el software econométrico Eviews, por medio del cual se procesan los datos aplicando logaritmo a las variables, lo que representa un modelo lng-log que permite la obtención de

resultados cuantitativos utilizados para el estudio. Para redactar el informe final se utiliza Microsoft Word. El modelo consta de una ecuación que constituye el análisis del crecimiento económico por medio del PIB real estimado en función del valor bruto y los ingresos reales del sector turismo.

Se utilizó un sistema automatizado con el fin de crear los gráficos, que permitieron hacer comparaciones entre los años de estudio, se realizó mediante la combinación de las variables, los programas Word y Excel.

Especificación del modelo matemático. La función matemática que plantea la relación entre las variables en estudio es:

### **LS LNPIB C LNTUR**

**LNPIB:** Logaritmo natural del Producto Interno Bruto a precios constantes.

**Lntur=** logaritmo natural de turismo valor agregado del turismo.

**Lntur=** variable dependiente.

### 3.2 Cuadro de las variables.

**Tabla 1 Cuadro de Variables.**

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuente de información</b>
<b>Crecimiento económico</b>	Es un proceso continuo e ininterrumpido, en la medida en que la división del trabajo inicia y la acumulación de capital lo mantiene y reproduce, tras aumentar la producción, los salarios, la renta per capita y el consumo.	-PIB. -Consumo.	-Banco Central de Nicaragua.
<b>Turismo</b>	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.	-Alojamiento. -Seguridad. -Destinos turísticos. -Temporada. -Infraestructura.	-INTUR. -OMT. -CUENTA SATELITE DE TURISMO (CST).

## **Capítulo IV.**

### 4. Análisis y discusión de los resultados.

#### 4.1- Aporte del sector turismo al crecimiento económico en Nicaragua en el periodo de estudio.

Ubicada estratégicamente en el centro de las Américas, Nicaragua trabaja constantemente por promover y desarrollar el país como destino turístico desde hace casi dos décadas. La industria turística nicaragüense ha sido uno de los sectores de mayor incremento en la economía del país con un crecimiento sostenido que hoy en día representa el 3.4 por ciento del producto interno bruto.

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Se entiende por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. Esta actividad también es una fuente importante de divisas que ayudan a la estabilidad macroeconómica. Para muchas economías emergentes, los ciudadanos que trabajan en el extranjero prestando servicios en el sector turístico generan un considerable flujo de remesas. Los países que reciben esta mano de obra también se ven positivamente impactados por las exportaciones de servicios de viaje y de turismo que se derivan de los gastos efectuados por los trabajadores extranjeros en sus economías.

El Turismo no sólo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, en un aumento de la calidad de vida de los habitantes, un mejor aprovechamiento de los atractivos naturales y su conservación como medio ambiente limpio y puro. Al igual que otros sectores, subsectores que lo integran y lo hacen ser diverso. Entre estos subsectores se encuentran un gran número de empresas que, de una forma u otra, directa o indirectamente están relacionadas con el mundo del turismo.



Dentro de estos subsectores podemos identificar los siguientes:

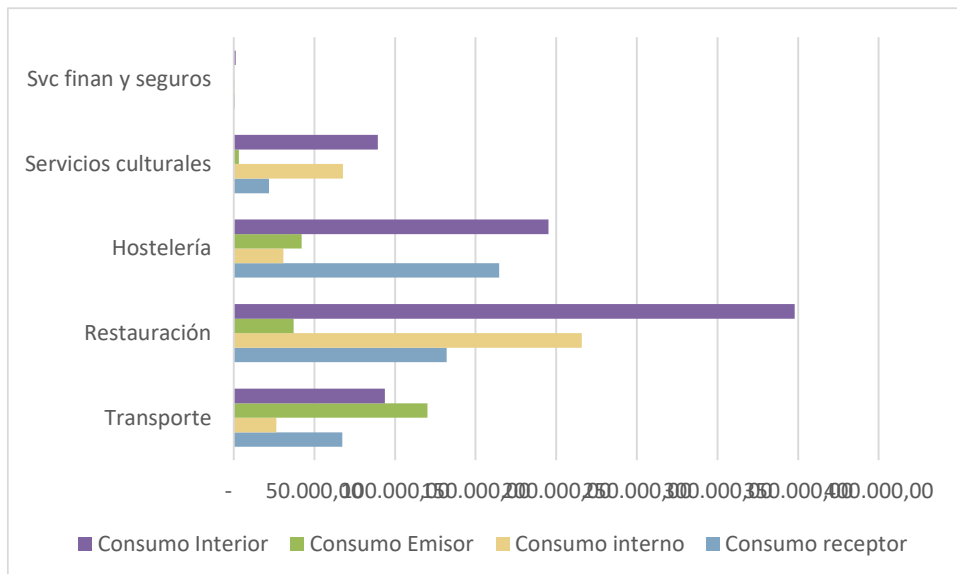
**Transporte:** Clasificado en tres tipos. Transporte aéreo, marítimo y terrestre. Es uno de los mayores subsectores del sector turístico y se compone por las agencias de viajes y los operadores turísticos.

**Tabla 2 Subsectores del turismo según tipo de consumo (2015)**

2015	Transporte	Restauración	Hostelería	Servicios culturales	Svc finan y seguros
Consumo receptor	67.200,10	132.108,31	164.585,46	21.789,18	518,61
Consumo interno	26.448,89	215.829,69	30.689,48	67.634,72	636,15
Consumo Emisor	120.157,93	37.101,77	42.155,24	3.088,25	22,55
Consumo Interior	93.648,99	347.938,50	195.274,95	89.423,90	1.154,76
Total en U\$	309.470,90	732.978,27	432.705,13	181.936,05	2.332,06

Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

**Gráfico 1 Subsectores del turismo según tipo de consumo (2015)**



Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

En la gráfica se destaca el mayor ingreso procedente del tipo de consumo interior, que representa a los visitantes residentes y no residentes del país, en el área de restaurantes acumulando un total en ingresos de 347.938.50 miles de dólares de

dólares, el segundo tipo de consumo que obtuvo más ingresos es el consumo interno que representa a los visitantes residentes del país, en el área de restaurantes con 215.829.69 miles de dólares. El menor gasto se observó en el sector de servicios financieros y de seguros.

Durante el año 2015, la llegada de turistas internacionales aumentó 4.4 por ciento respecto al año anterior. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), con este resultado se superó, por sexto año consecutivo, la media de crecimiento esperada. El aporte de estas actividades determinó una participación de 4.1 por ciento del VAT en el PIB de 2015; es decir, 448.75 millones de dólares (C\$420.60 millones de dólares en 2014). El arribo de visitantes internacionales experimentó un aumento de 4.7 por ciento con respecto al año anterior, de los cuales el 95.2 por ciento corresponde a turistas que pernoctaron al menos una noche.

**Tabla 3 Llegada de turistas a Nicaragua según vía de entrada.**

Año	Vía de entrada		
	Aérea	Terrestre	Acuática
2015	466.388	900.883	19.210
2016	478.824	1.009.897	15.693
2017	606.062	1.173.218	7.980
2018	381.813	866.734	7.019
2019	409.987	877.698	7.533
2020	118.185	263.329	2.465
<b>Total</b>	<b>2.461.259</b>	<b>5.091.759</b>	<b>59.900</b>

Fuente: Elaboración propia, datos del boletín de estadística INTUR (2015-2020)

Los datos proporcionados por el boletín de estadística (INTUR) en cuanto a llegada de visitantes extranjeros no residentes en el país (turismo receptor), y a nicaragüenses residentes que viajan al exterior (turismo emisor), refleja un incremento en las tres vías de ingreso al país hasta el año 2018, mejorando levemente en el año 2019 pero en el siguiente año estuvo afectada por la pandemia del COVID-19. Así, desde abril de 2020, el ingreso y salida de visitantes del país se vio interrumpido debido al cierre de los puestos fronterizos de países vecinos y la suspensión temporal de vuelos internacionales

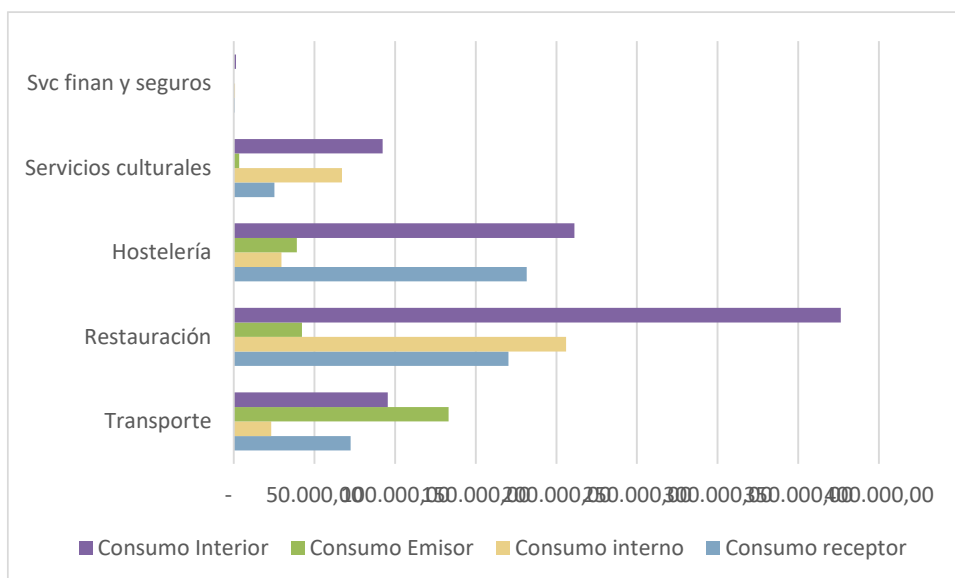
**Restauración:** Un subsector muy ligado al subsector de la hostelería. El subsector de la restauración integra a todas las empresas relacionadas con la alimentación y la gastronomía. Entre las empresas que lo integran están los bares, restaurantes, cafeterías, etc.

**Tabla 4 Subsectores del turismo según tipo de consumo (2016)**

2016	Transporte	Restauración	Hostelería	Servicios culturales	Svc finan y seguros
Consumo receptor	72.373,67	170.339,62	181.589,12	25.177,95	541,07
Consumo interno	23.143,24	206.002,78	29.525,36	67.110,21	669,18
Consumo Emisor	133.108,82	42.179,50	39.006,37	3.328,23	-
Consumo Interior	95.516,91	376.342,40	211.114,49	92.288,16	1.210,24
Total en U\$	326.158,65	794.864,30	461.235,34	187.904,55	2.420,49

Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

**Gráfico 2 Subsectores del turismo según tipo de consumo (2016)**



Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

En la gráfica se demuestra que el tipo de consumo que generó más ingresos en el año 2016 fue el consumo interior destacando en el sector de restaurantes, aportando 376.342.40 miles de dólares, de manera que este tipo de consumo sea el segundo que mayor aporta a los ingresos pero esta vez en el sector de hostelería, reflejando

ingresos de 211.114.49 miles de dólares. El sector que represento menos ingresos al valor de la economía fue el de servicios financieros y seguros.

El flujo de llegadas de visitantes internacionales al país mostró un crecimiento de 9.6 En 2016, el VAT generado por las industrias características y conexas al turismo determinó una participación de 4.1 por ciento en la economía nacional.

En la composición del VAT las actividades características representaron 69.2 por ciento, distribuido en las actividades de restaurantes (25.6%), servicios de alojamiento (22.7%), servicios de recreación (11.0%) y servicios de transporte de pasajeros y conexas en sus diferentes modalidades (9.9%).

**Hostelería:** Otro gran subsector dentro del sector turístico. Este engloba a empresas relacionadas con la estancia turística. Tales como hoteles, pensiones, apartamentos, ciudades de vacaciones, campings, así como todo lo relacionado con la estancia del turista.

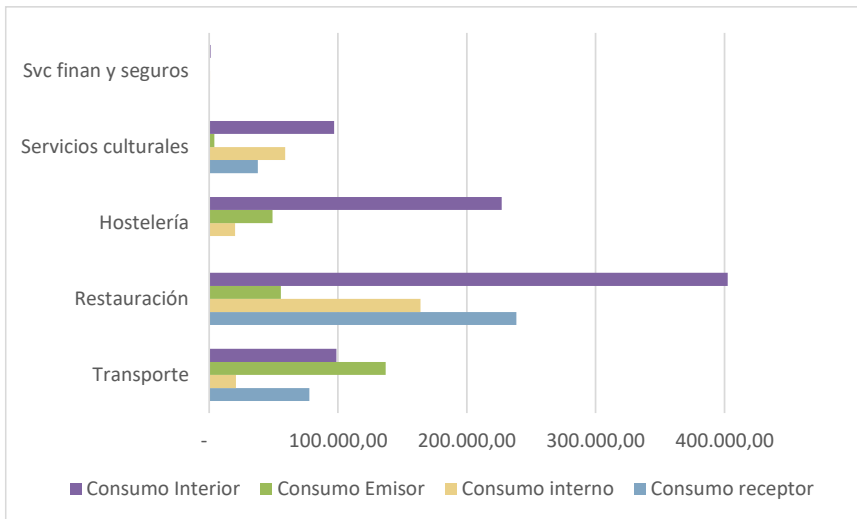
**Tabla 5 Subsectores del turismo según tipo de consumo (2017)**

2017	Transporte	Restauración	Hostelería	Servicios culturales	Svc finan y seguros
Consumo receptor	77.916,53	238.412,41	206.854.01	37.897,11	566,54
Consumo interno	20.885,75	163.999,99	20.208,26	59.129,85	688,45
Consumo Emisor	137.076,26	55.721,77	49.278,90	4.135,84	-
Consumo Interior	98.802,28	402.412,40	227.062,27	97.026,97	1.254,99
Total en U\$	336.697,82	860.546,57	296.549,43	198.189,77	2.509,98

Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

Los datos obtenidos en el año 2017 enfocan el mayor ingreso en el tipo de consumo interior, en el sector de los restaurantes lo cual representa un aporte de 402,412.40 miles de dólares, este tipo de consumo también brindo otro de los mejores aportes a la economía nacional con ingresos de 227,062.27 miles de dólares, sin embargo, el tipo de consumo receptor supero esta cifra en el sector de los restaurantes obteniendo ingresos de 238,412.41 miles de dólares.

**Gráfico 3 Subsectores del turismo según tipo de consumo (2017)**



Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

Los resultados muestran que durante 2017 las llegadas de turistas internacionales alcanzaron un crecimiento (7%) por encima de la media que había mantenido en los últimos años, esto debido a la recuperación de destinos tradicionales que se habían visto afectados en años anteriores. El VAT generado por las industrias características y conexas al turismo determinó una participación de 4.2 por ciento en la economía nacional; es decir, 509.93 millones de dólares.

El aporte al VAT se concentra en las denominadas actividades características (69.7%), distribuido en las actividades de restaurantes (25.8%), servicios de alojamiento (23%), servicios de recreación (10.4%) y servicios de transporte de pasajeros y conexas en sus diferentes modalidades (10.5%).

## Número de establecimientos y capacidad por formas de alojamiento.

Tabla 6 Numero de establecimientos 2015-2020

Concepto	Alojamientos turísticos colectivos					
Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Número de establecimientos	1.057	1.177	1.237	1114	1.101	1.075
Capacidad (nº de habitaciones)	13.891	15.348	16.226	15249	14.186	13.886
Capacidad (nº de camas)	23.562	26.144	27.662	25290	23.629	

Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

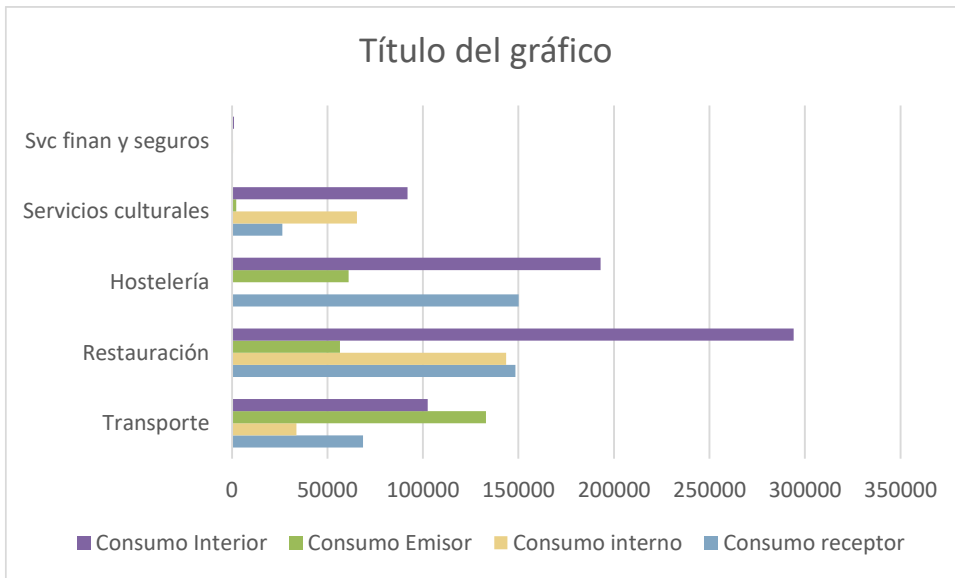
Servicios financieros y de seguros: Las aseguradoras venden sus productos con coberturas para aquellos turistas que lo precisen. No solo a nivel individual, sino que muchos productos lo incluyen. Por ejemplo, cuando viajamos en transporte público puede que estemos pagando también el seguro de viaje.

Tabla 7 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2018)

2018	Transporte	Restauración	Hostelería	Servicios culturales	Svc finan y seguros
Consumo receptor	68.683,14	148.415,29	150.116,09	26.327,79	442,41
Consumo interno	33.810,95	143.603,07	42.817,79	65.521,06	611,92
Consumo Emisor	132.917,27	56.575,59	61.165,86	2.207,41	
Consumo Interior	102.494,09	294.132,15	192.933,89	91.848,86	1.054,33
Total en U\$	339.923,45	348.593,95	404.215,84	185.905,12	2.108,66

Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

**Gráfico 4 Subsectores del turismo según tipo de consumo (2018)**



Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

De los ingresos obtenidos en el año 2018 se resaltarán los tres más grande en cuanto a cantidad. Nuevamente fue el consumo interior el que predominó en mayor registro de ingresos en el sector de restaurantes reflejando 294.132.15 miles de dólares, cantidad que disminuyó en comparación de lo que se había mantenido en años anteriores, también tenemos la participación de consumo interior enfocado en el sector de los hoteles que representó el segundo mejor de los aportes siendo 192.933.89 miles de dólares. El tipo de consumo receptor tuvo una participación notoria de 148.415.29 miles de dólares en el sector de los restaurantes.

En el año 2018 El VAT generado por las industrias características y conexas al turismo determinó una participación de 4.1 por ciento en la economía nacional; El balance turístico fue 59.0% menor al año anterior, esto debido a la contracción de 35.2.

El aporte al VAT se concentra en las denominadas actividades características (74.7%), distribuido en las actividades de restaurantes (25.3%), servicios de alojamiento (25.4%), servicios de recreación (11.1%) y servicios de transporte de pasajeros y conexas en sus diferentes modalidades (12.9%).

**Servicios culturales, recreativos y esparcimiento:** Las grandes ferias encajarían dentro de este tipo. Es decir, grandes salones o congregaciones en las que se exponen sectores o productos. Así existen grandes eventos en relación al sector del automóvil, la tecnología o los videojuegos.

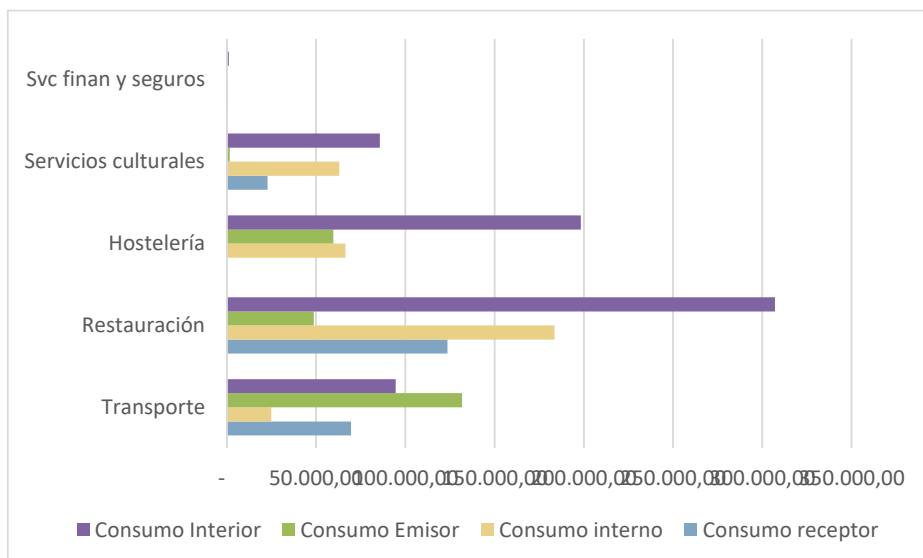
Adicionalmente, podríamos incluir cualquier otra empresa cuya actividad se encuentre relacionada con el turismo. Por ejemplo, guías turísticos, actividades para visitantes o formación profesional o personal contratado para otros temas como la seguridad que se hacen necesarios para la celebración de ciertos eventos.

**Tabla 8 Subsectores del turismo según tipo de consumo (2019)**

2019	Transporte	Restauración	Hostelería	Servicios culturales	Svc finan y seguros
Consumo receptor	69.652,95	123.610,42	131.938,77	22.814,61	432,09
Consumo interno	24.936,38	183.578,56	66.465,12	62.891,54	597,65
Consumo Emisor	131.741,28	48.734,11	59.704,58	1.713,90	
Consumo Interior	94.589,33	307.188,98	198.403,90	85.706,15	1.029,74
Total en U\$	322.938,93	663.112,07	324.573,60	173.126,20	2.059,47

Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

**Gráfico 5 Subsectores del turismo según tipo de consumo (2019)**





Según los datos registrados en el año 2019, el tipo de consumo que registro más ingresos fue el consumo interior en el sector de los restaurantes reflejando un aporte de 307,188.98 miles de dólares que aumento con respecto al año anterior, siguiendo el sentido de los años anteriores, el segundo sector que genero ingreso fue el de hostelería, siempre bajo el tipo de consumo interior, brindando ingresos de 194,403.90 miles de dólares. El consumo interno por su parte también reflejo un buen aporte en el área de restaurantes de 173,578.53 miles de dólares.

En 2019 la producción destinada a satisfacer la demanda turística alcanzó los 2.8% superior al nivel registrado en 2018; por su parte, el valor agregado turístico ascendió a 464.50 millones de dólares, lo que representó 4.2 por ciento del valor agregado total de la economía.

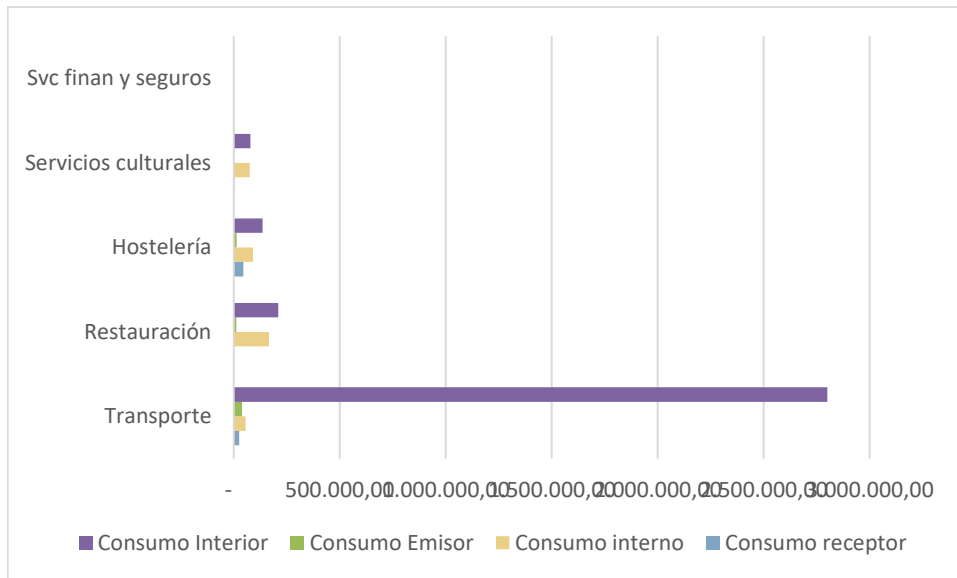
Las actividades de mayor contribución a la creación del VAT fueron: servicios de alojamiento (27%), servicios de restaurantes y similares (24.7%) y servicios de recreación (11.7%). Asimismo, las industrias conexas y no específicas aportaron en conjunto el 23.8 por ciento al VAT.

**Tabla 9 Subsectores del turismo segun tipo de consumo (2020)**

<b>2020</b>	<b>Transporte</b>	<b>Restauración</b>	<b>Hostelería</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>Svc finan y seguros</b>
Consumo receptor	25.201,23	42,799,71	44.766,03	3.202,36	169,83
Consumo interno	55.249,97	165.860,63	90.946,63	75.410,33	740,56
Consumo Emisor	39.401,67	11.808,14	12.941,55	357,24	
Consumo Interior	2.801.310,76	208.860,34	135.712,90	78.612,69	910,39
Total en U\$	2.923.183,63	386.529,11	284.367,11	157.582,62	1.820,78

Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

**Gráfico 6 Subsectores del turismo según tipo de consumo (2020)**



Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

En el año 2020 a pesar de los bajos ingresos en todos los tipos de consumo y de sectores, el que genero más ingresos fue el consumo interior en el sector de transporte reflejando 2, 801,310.76 millones de dólares.

En 2020, la producción turística fue de 766.18 millones de dólares, siendo menor en 13.2 por ciento respecto al nivel registrado en 2019. Por su parte, el valor agregado turístico (VAT) que se situó en 382.12 millones de dólares, disminuyó 11.5 por ciento (51.10 millones de dólares) con respecto al año anterior. El VAT de 2020 representó 3.4 por ciento del valor agregado total de la economía.

Según la composición del VAT, los servicios de restaurantes y similares aportaron 21.4 por ciento, mientras los servicios de alojamiento 17.2 por ciento. Estas dos actividades disminuyeron su aporte con relación al año 2019 en 5.7 y 4.6 puntos porcentuales respectivamente.

La llegada de turistas a Nicaragua se logra describir como determinante de la demanda del turismo, es decir, a medida que aumenten las llegadas de turistas, aumentará el consumo realizado en gastos del turista y por consiguiente aumentará la demanda turística como por ejemplo el consumo de habitación de

un hotel, que incentiva a la producción de servicios en los hoteles y restaurantes lo que generará ingresos por turismo a las empresas.

**Tabla 10 Gasto promedio diario (2015-2020)**

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>gasto promedio diario</b>	\$ 41,50	\$ 44,80	\$ 44,90	\$ 38,90	\$ 37,80	\$ 13,50

Fuente: Datos tomados de Pagina web BCN, cuenta satélite.

En el período comprendido de 2016 al 2018, el gasto por día se mantuvo entre un mínimo de 41.5 y máximo de 44.90 dólares. Sin embargo, este indicador mostró un descenso a partir del segundo trimestre de 2018, producto de la crisis sociopolítica, alcanzando un mínimo de 38.90 dólares en ese año. El gasto promedio de los visitantes no residentes experimentó una senda de crecimiento hasta alcanzar en el 2020 el promedio de 35.4 dólares diarios. Producto del efecto de la pandemia del COVID-19, en el segundo y tercer trimestre de 2020 no se efectuó la encuesta de turismo, ante el cierre de los puestos fronterizos de países vecinos y la suspensión temporal de vuelos internacionales, lo cual significó poco movimiento de entrada y salida de visitantes no residentes del país. En el IV trimestre de 2020 se reinició el arribo de turistas, los que realizaron un gasto promedio diario de 13.5 dólares.

Los resultados muestran que durante 2017 las llegadas de turistas internacionales alcanzaron un crecimiento (7%) por encima de la media que había mantenido en los últimos años, esto debido a la recuperación de destinos tradicionales que se habían visto afectados en años anteriores. Para la región de América, el incremento en la llegada de turistas que pernoctaron fue de 3 por ciento, Durante el 2018, la llegada de visitantes Internacionales al país disminuyó 28.7 por ciento con respecto al año anterior El 94.4 por ciento fueron turistas que pernoctaron al menos una noche.

Los ingresos por turismo fueron 544.3 millones de dólares (296.2 millones menos que lo registrado en 2017). Durante el 2019, la llegada de visitantes internacionales al país creció 2.9 por ciento con respecto al año anterior. El 94.6 por ciento fueron turistas que pernoctaron al menos una noche. A nivel mundial, en el año 2020, la llegada de turistas internacionales disminuyó 74 por ciento según la Organización

Mundial del Turismo (OMT); como resultado de los efectos de la pandemia del Covid19.

Entonces al tener una tendencia creciente de las cantidades de la demanda turística que ocasiona un aumento de la oferta turística para poder satisfacer la llegada de turistas mediante la disponibilidad de habitaciones provocará un ingreso por el turismo e incentivará al gobierno invertir en el sector turismo, así mismo esta actividad económica contribuirá al crecimiento económico de Nicaragua, que notablemente se podrá observar en los siguientes acápites de la investigación.

**Tabla 11 Llegada de turistas según región de residencia (2015-2020)**

Region de residencia	año					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Norte América	365.288	385.301	440.924	265.942	283.781	83.528
Centro América	840.524	953.709	1.170.620	887.178	863.686	249.178
Sur América	40.706	32.347	30.854	20.040	27.081	6.945
El Caribe	8.322	4.706	4.564	2.260	47.860	17.803
Europa	99.981	104.691	118.322	67.425	59.968	22.418
Asia	21.316	14.353	13.041	8.497	8.511	2.843
África	1.240	873	928	483	661	355
Oceanía	9.104	8.434	8.007	3.741	3.670	909
Total	1.386.481	1.504.414	1.787.260	1.255.566	1.295.218	383.979

Fuente: Datos obtenidos de página web INTUR.

#### 4.1.2 Turismo como generador de divisas.

El sector turismo no ha podido recuperarse a los números que mantenía en el año 2017, esto debido a la disminución de turistas a partir de la crisis de abril de 2018. El segundo golpe llegaría en marzo de 2020, tras la cancelación de vuelos y fronteras terrestres por la pandemia de la Covid-19. El turismo es un fenómeno socio-económico que influye de gran manera en el crecimiento y en la riqueza de los pueblos, ya que es el movimiento de humanos para intercambiar conocimientos, cultura, aventuras, credos, idiomas.

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, porque es un instrumento generador de divisas, al ser una

actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general.

**Tabla 12 Turismo como generador de divisas (2015-2020)**

<b>Escala</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
1	<b>Turismo</b>	<b>Turismo</b>	<b>Turismo</b>	<b>Turismo</b>	Carne	Oro
2	Carne	Carne	Café	Carne	<b>Turismo</b>	Carne
3	Café	Café	Carne	Café	Oro	Café
4	Maní	Oro	Oro	Oro	Café	<b>Turismo</b>
5	Oro	Lácteos	Lácteos	Lácteos	Azúcar	Lácteos
6	Azúcar	Azúcar	Azúcar	Azúcar	Lácteos	Azúcar
7	Lácteos	Maní	Maní	Maní	Maní	Frijol
8	Frijol	Frijol	Frijol	Frijol	Frijol	Maní

Fuente: Elaboración propia, Boletín Estadístico del INTUR, 2017, 2021.

Posición de los Principales Productos de Exportación según Divisas Generadas.

Productos de exportación en el periodo 2015-2020.

En el año 2015 la posición del turismo respecto a las divisas generadas se ubicó en la escala número 1 con 528,6 millones de dólares y se mantiene en primer lugar hasta el 2018 con 642.1, 840.5 y 544.4 millones de dólares respectivamente, en el año 2019 el turismo baja a la escala número 2, siendo superado por las exportaciones de carne generando 515,3 millones de dólares, teniendo una disminución de 29,1 Millones y en el 2020 se ubica en la escala número 4, siendo aventajado por los productos, oro, carne y café respectivamente, genero 198.5 millones, hubo una disminución de 316.8 Millones de dólares.

**Gráfico 7 Dividas generadas por el turismo (2015-2020)**



Fuente: Pagina web BCN, cuenta satélite.

Nicaragua mantuvo al turismo como principal actividad económica durante cuatro años consecutivos, 2015-2018, lo que fue de beneficio para el país ya que generó grandes entradas de dinero, en el aspecto económico la sociedad en general se beneficia porque representa mayor fuentes de empleo y obtener más capacidad de ingresos para cubrir sus necesidades básicas. Por otro lado, desde el aspecto social el turismo favorece el aprendizaje de otros idiomas extranjeros ya que no solo los extranjeros intentan aprender el idioma del país al que van, en el país receptor debe hacer esfuerzos para capacitar la fuerza laboral y aprender la lengua de los países emisores, siendo el inglés el principal idioma por conocer, para que la atención a los turistas sea adecuada. Entre otras cosas, el turismo como principal actividad económica el país llegó a obtener un total de 840.5 millones de dólares en divisas en el año 2017, siendo la mayor cantidad registrada entre estos años.

Han pasado casi dos años desde que Nicaragua se sumergió en una de sus peores crisis sociopolíticas. El turismo suponía una de las actividades de mayor crecimiento y llegó a representar alrededor del 4.2 % del Producto Interno Bruto (PIB) del país. En cifras concretas eso se tradujo en 2017 en la llegada de alrededor de 1.5 millones de turistas, con un crecimiento de 26.2% respecto al año anterior, lo que

representó para el país unos 840 millones de dólares en divisas. Ese año, el Barómetro Mundial de Turismo 2017 ubicó a Nicaragua como uno de los diez países de mayor crecimiento en la llegada de turistas internacionales. En ese sentido, la política turística había sido exitosa.

Uno de los sectores más afectados por el estallido de la crisis sociopolítica de abril de 2018 fue precisamente el turismo. Los ingresos durante ese año se contrajeron alrededor de 35.2% según las cifras del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR). En el caso de los trabajadores de este sector que se encontraban afiliados al Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS) un 37.5% dejaron de cotizar producto del cierre masivo de muchos negocios turísticos.

Como parte de la estrategia de recuperación de la actividad turística, se señaló que: “26 ferias internacionales, campañas digitales a través de plataformas como Expedia, Trivago, TripAdvisor, 48 viajes de prensa y 30 viajes de familiarización, son algunos de los planes a desarrollar para atraer al turista extranjero”. A pesar de eso, la mayor parte de la promoción turística internacional ha sido concentrada en Europa que en el caso de Nicaragua apenas ha representado un 5% del total de turistas extranjeros que visitan el país.

Luego de un año en pausa debido a la Covid-19, el informe del Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés) regresa con el Índice Anual de Desarrollo de Viajes y Turismo. El estudio cubre a 117 economías, el índice mide el conjunto de factores y políticas que permiten el desarrollo sostenible y resiliente del sector de viajes y turismo, que a su vez contribuye al desarrollo de un país. De los 117 países, Nicaragua se encuentra en la posición número 104, con un puntaje de apenas 3.2, cayendo siete posiciones con respecto al año 2019. La escala de puntuación es de 0 a 7, siendo 7 el mejor resultado. En 2020, el país registró una disminución de 30.5% en la llegada de visitantes no residentes, según datos del Banco Central de Nicaragua (BCN). Los ingresos por turismo de visitantes no residentes fueron 183.8 millones de dólares, siendo 14.7 millones menos que lo registrado el año anterior. En el año 2020 debido a estudios realizados, se dio a conocer que el turismo en Nicaragua había retrocedido seis años en cuanto al arribo de visitantes extranjeros y siete años con relación a los ingresos.

Los ingresos por turismo pasaron de 840,5 millones de dólares en 2017 a 544,4 millones de dólares en 2018, un 35.2 % menos, según el Banco Central de Nicaragua. El turismo dejó a Nicaragua ingresos por 515.3 millones de dólares en 2019, un 48.8 % menos que lo percibido en el 2017, antes de que estallara la grave crisis sociopolítica que atraviesa el país, recibió 1,050,000 visitantes de otros países, un 41.2% menos a los 1,787,290 recibidos en 2017. En los datos registrados en el año 2020, Nicaragua tuvo una caída del 67.4% en el número de visitantes extranjeros y de 61.5% en ingreso por turismo internacional debido a la pandemia de la Covid-19. Durante el 2020, Nicaragua apenas recibió 342,300 viajeros, lo que resulto en ingresos 198.5 millones de dólares en 2020, un 61.5% menos que los 513.3 millones de dólares captados durante 2019.

Nicaragua tiene muchas restricciones que nacieron luego de la pandemia. Estas han afectado al sector, ya que solo dos aerolíneas han regresado al país y los precios de los boletos no son competitivos.



## 4.2 Factores socio-económicos diferenciales en Nicaragua que determinan el turismo.

Nicaragua siendo un país de Latinoamérica con sus tradiciones y costumbre hace que sea atractivo turísticamente, sus ciudades, cultura, gastronomía y demás son un llamado para los turistas, pero en esto también inciden otras condiciones como lo serían los factores socio-económicos.

Entre los factores socio-económicos que determinan el turismo en Nicaragua se cuenta con lo social, donde la seguridad de cada individuo importa, no solo los turistas, problemas socio-políticos como los ocurridos en 2018 han sido dañinos para el turismo en Nicaragua, dejando una mala imagen del país y catalogándolo como un lugar poco seguro que no sería adecuado visitar.

El temor de los turistas hacia ese tipo de problemas han tenido consecuencias graves en la economía del país, dejando de generar ingresos por la actividad turística, sufriendo una caída inmediata en las divisas, de generar 840.5 en el año 2017, a generar 544.4 en 2018.

Alguno de los factores que intervienen en el turismo son:

- La protección, conservación del medio ambiente y cultura.
- El desarrollo y valoración del patrimonio.
- El crecimiento y la consolidación económica.
- La calidad de vida de los habitantes.
- Nivel de formación y preparación de los trabajadores del turismo.

Sin embargo, con las situaciones vividas a partir de 2018 en Nicaragua pueden ser otros factores los que determinan el turismo en Nicaragua, como pueden ser:

**Permisos:** en lo que consta los permisos trata de los permisos otorgados por ambos países para que el individuo pueda viajar, esto lo determina tanto el país proveniente como el país destinatario, los permisos se piden con papeles legales y documentos necesarios para viajar tales como el pasaporte personal.

**Seguridad:** Es la seguridad que le brinda el país al turista, esto se encarga de regularla la seguridad nacional del país, encargándose de evitar conflictos y problemas.

**Destino:** los lugares donde el viajante quiere visitar y está permitido, pueden ser reservas ecológicas, playas, ciudades y pueblos antiguos, entre otros.

**Temporada:** Usualmente los viajeros eligen temporadas frecuentes como navidad y año nuevo, no obstante, también en mitad de año y sus meses cercanos para asegurar cupos, boletos y demás.

#### 4.2.1 Factores económicos generales del turismo.

El turismo es un complejo sistema socioeconómico multifacético, que está determinado por un conjunto complejo de relaciones, y también incluye una gran cantidad de componentes diversos. Por lo tanto, la economía del turismo debe ser un sistema de múltiples niveles y estudiar los procesos económicos en varias magnitudes de la economía

Existen factores como la biodiversidad y la conservación de especies en Nicaragua que dan un mayor valor al turismo nicaragüense, en los últimos años se practicó el ecoturismo y fue de agrado para los extranjeros, por eso existen leyes de protección al ambiente.

Los factores que tienen un impacto negativo en el turismo son:

- Fenómenos de crisis económica
- Aumento del desempleo, recortes salariales, etc.
- Situación inestable con la moneda, si el tipo de cambio de la divisa es alto, la población puede comprarla menos, lo que significa que un viaje turístico en el extranjero costará mucho más.

Los factores de influencia positiva son:

- Crecimiento de los ingresos efectivos, con un aumento de los recursos efectivos los consumidores obtienen más dinero a su disposición, por lo que aumenta la demanda de turismo.
- Una distribución más equitativa de los ingresos, cuanto más uniforme sea la distribución de los ingresos en la sociedad, más personas podrán comprar un producto turístico.
- Estabilidad del mercado de divisas, si el tipo de cambio de las divisas es estable, la población puede comprarlas en mayor cantidad, y es más fácil planificar las vacaciones en esta situación.

Nicaragua en su compromiso con el ambiente ha establecidos leyes de conservación y protección de la naturaleza, la vida silvestre, los sistemas forestales de igual manera el respeto y cuidado hacia etnias y grupos indígenas que se conservan en el país, permitiendo que los turistas sean atraídos a visitar la diversidad biológica del país, promoviendo el ecoturismo y el cuidado a la naturaleza.

El mejoramiento vial e infraestructura del país como ha sido frecuente crea condiciones óptimas para que los turistas puedan visitar el país y moverse entre los departamentos y ciudades con facilidad, lo que permite tener más dinamismo y movilidad entre los turistas, acortando tiempo y en mejores condiciones. Como parte del esfuerzo y estrategia del INTUR para reducir el impacto 2019 y 2020, se registró 194.39 kilómetros de carretera construidos, parte del proyecto de mejoramiento vial, dinamizando así la economía del país con el turismo, los niveles productivos, el comercio y el transporte.

La Oferta cultural del país y de cada región es un valor agregado al turismo nacional, muchos extranjeros suelen visitar comunidades, pueblos, comarcas o ciudades con unos toques culturales distintos, entre los más frecuentados son León, Granada, Corn Island, San Juan del sur, es por todo esto que, las autoridades económicas implementaron una serie de acciones coordinadas a fin de preservar la estabilidad macroeconómica del país y atender las necesidades inmediatas de la crisis sanitaria

y de los eventos climáticos. En este entorno, por el lado de la política fiscal, se orientaron recursos públicos para atender el mayor gasto en salud derivado de la pandemia y los de emergencia por los fenómenos climáticos. Se mantuvieron programas sociales y de inversión pública, a la vez que se salvaguardó la estabilidad laboral de los empleos públicos. Por su parte el BCN, con el objetivo de facilitar la reactivación económica mediante la intermediación financiera, implementó acciones de política monetaria, como la reducción de tasas de interés, la flexibilización condicionada de la política de encaje.

Nicaragua consta de una extensión territorial de 130,373 km<sup>2</sup>. Nicaragua posee el 7% de la biodiversidad mundial, esto lo ubica como uno de los países más ricos en biodiversidad. Esto se explica por ser una zona de transición de clima tropical a clima subtropical en donde convergen distintos rangos de distribución de especies mundialmente importantes como el venado, el puma, jaguar, algunas especies de mono y lagartos, urracas, pelicanos, buitres e incluso en el lago Cocibolca que tiene una extensión de 8,264 km<sup>2</sup>, siendo el mayor de América Central tiene en su interior más de 300 isletas, tres islas y dos volcanes, también es el único lugar que alberga tiburones de agua dulce.

Nicaragua a la fecha ha reportado 20,485 especies distribuidas de la siguiente manera: el 29.35% corresponde a especies de Flora, 9.7 x5% especies vertebradas, 59.98% especies invertebradas y 0.89% especies de hongos.

**Entre los destinos turísticos populares encontramos a:**

❖ **Bluefields.**

**Imagen 1 Bluefields.**



Es una Ciudad turística y cultural a 320 kilómetros de la capital Managua, es puerta de salida a otros destinos de la Costa Caribe Nicaragüense, compuesta por seis etnias: creoles, garífunas, misquitus, ulwas, ramas y mestizos que ofrecen sus propias culturas.

Sus orígenes se remontan a la invasión en la costa Caribe de piratas europeos, que utilizaban el Río Escondido para descansar, reparar averías y avituallarse. Los soldados de fortuna toman la bahía de Bluefields como centro táctico de operaciones bélicas, el nombre de la ciudad se deriva del visitante holandés Blauveldt o Bleeveldt en el año de 1602.

❖ **Corn Island.**

El municipio de Corn Island pertenece a la Región Autónoma de la Costa Caribe Sur y se divide en dos pequeñas islas, con una extensión total de, apenas, nueve kilómetros cuadrados, con un estimado de 7,500 habitantes.

## Imagen 2 Corn Island.



Corn Island es una de las maravillas turísticas de Nicaragua por sus playas de arena blanca, con agua color turquesa y clima cálido. La isla más grande posee una serie de playas extensas y amplias donde se puede practicar la natación, el buceo, snorkeling y tomar fotos de la fauna marina local, para lo cual se pueden contratar los servicios de expertos en buceo que operan en la isla.

Las playas de Corn Island tienen como característica ser cristalinas y calmas durante casi todo el año. Entre sus principales están Long Bay, Sally Peachie, Nort End y South West Bay y Blowing Rock, esta se ubica al sur de la isla grande, es un sitio ideal para el buceo por la riqueza de vida marina que posee.

## ❖ Granada.

Granada es una ciudad de la República de Nicaragua, fue fundada en 1524, siendo por lo tanto, una de las ciudades más antiguas del país y de América Central. Es conocida como La Gran Sultana, por su apariencia morisca, a diferencia de León, su ciudad hermanada y rival histórica, la cual tiene apariencias más castellanas.

**Imagen 3 Ciudad de Granada**



Los atractivos del centro histórico de Granada y los atractivos naturales del lago y sus alrededores dinamizan la industria turística de la zona, es una referencia importante en la industria hotelera, restaurantes y en la vida nocturna.

Las Isletas de Granada, en el Lago Cocibolca, se encuentran a poca distancia de la ciudad y forman un archipiélago de más de 360 pequeñas islas de tamaño variado, de fácil acceso y son un atractivo turístico paradisíaco.

**Imagen 4 Isletas de Granada.**



## Imagen 5 Reserva natural Mombacho



El parque nacional Volcán Mombacho de Nicaragua, se ubica al sur de Granada y de las Isletas de Granada. La belleza de sus paisajes y la riqueza de su flora y fauna hacen de este lugar un sitio único. El sitio no solamente es impoluto si no que la zona oriental del parque aún se conserva virgen a la exploración humana. Hay excursiones turísticas que permiten la exploración del parque nacional como los senderos el crater, el trigrillo y el puma en los que es fácil disfrutar la belleza natural con cada paso.

- Cultura

Granada, como la mayor parte del Pacífico nicaragüense, está poblada principalmente por una mayoría de criollos de habla hispana. También residen aquí personas de los Estados Unidos, Canadá, España, Alemania, Italia, Irlanda, Austria, los Países Bajos y Francia.

Hasta hace poco, Nicaragua vivía una economía turística en auge. Esto, a su vez, atrajo a extranjeros a Granada que buscaban casas coloniales para comprar, agregando un número creciente de europeos y estadounidenses a la población de la ciudad.

Granada es la ciudad turística por excelencia de Nicaragua y la más visitada del país. Posee una arquitectura colonial y neoclásica. Los visitantes acuden atraídos por sus fiestas como la hípica, su interesante historia y arquitectura colonial, es la ciudad más visitada de Nicaragua con 217,000 turistas en 2020.



## ❖ León.

Es una ciudad de Nicaragua y se localiza aproximadamente a 90 kilómetros al noroeste de Managua. Se asienta en las orillas del Pacífico, teniendo a 18 kilómetros las dos playas más cercanas: Poneloya y Las Peñitas. Fue fundada en 1524, por Francisco Hernández de Córdoba. A León se le conoce como la Ciudad Universitaria o Ciudad Metropolitana.

**Imagen 6 Ciudad de León**



La ciudad alberga unos de los patrimonios históricos turísticos más grande y diversos de Nicaragua, el patrimonio monumental de León es rico, lo que lo hace una ciudad turística. Tanto en monumentos como en lugares naturales atendiendo a los monumentos destacan los siguientes:

- **Basílica Catedral de la Asunción**

Patrimonio de la Humanidad, la Catedral de León es de construcción barroca colonial. Fue construida entre 1747 y 1814. Sus torres son de estilo neoclásico. Debido a robustez de sus muros ha soportado temblores, erupciones volcánicas del volcán Cerro Negro y guerras. En 1824 fueron colocados varios cañones en su azotea durante el sitio de la ciudad por fuerzas conservadoras y en la insurrección de junio y julio de 1979, contra el dictador Anastasio Somoza Debayle, los guerrilleros del Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN) también la utilizaron con fines bélicos.

Esta catedral es la mayor de Centroamérica. Fue la primera sede episcopal de Nicaragua, desde 1531, por lo que es una de las diócesis más antiguas de América. El templo expresa la transición de la arquitectura barroca a la neoclásica, y su estilo puede considerarse ecléctico. En ella se encuentra la tumba del poeta Rubén Darío, al pie de la estatua de San Pablo, padre del modernismo y considerado Príncipe de las letras castellanas, están enterrados algunos personajes ilustres de la nación como los poetas Salomón de la Selva y Alfonso Cortés; el prócer Miguel Larreynaga y el músico José de la Cruz Mena.

#### **Imagen 7 Basilica catedral de Asuncion**



- **León Viejo**

Las ruinas de la antigua ciudad de León que sepultara erupciones del volcán Momotombo, la mayor de ellas en 1610, la fundó Francisco Hernández de Córdoba en 1524. Se sitúa a 30 km de la actual ciudad, es Patrimonio de la Humanidad y en ella está enterrado su fundador, en una cripta, debajo de su estatua junto con otros personajes entre ellos Pedro Arias Dávila, su asesino.

## Imagen 8 Leon Viejo



- **Volcán Cerro Negro**

Uno de los más jóvenes de la tierra, surgido en 1850. Luego de su última erupción en 1999, el volcán Cerro Negro se ha convertido en un atractivo turístico y una zona idónea para practicar deportes extremos como el Surf de Arena, dados las características particulares de este maravilloso volcán.

Miles de turistas entre nacionales y extranjeros visitan cada año este volcán para vivir la grandiosa experiencia de escalarlo por periodo de una hora o menos, para luego deslizarse sobre una tabla y vivir la excitante experiencia de practicar el denominado “Sandboarding” o “Volcano Boarding” entre las ofertas que presentan a los turistas nacionales y extranjeros está el senderismo, volcano boarding, guías turísticos debidamente capacitados por el Instituto Nicaragüense de Turismo (Intur), el alquiler de tablas con sus respectivos trajes, así como la disposición de las instalaciones del centro de interpretación que se encuentra prácticamente a las faldas del volcán, esta actividad lo ofrecen tour operadoras como Volcano Day con un valor de entre 35.00 y 40.00 U\$.

**Imagen 9 Cerro Negro, Sandboarding**



### ❖ Rivas

La posición de Rivas lo convierte en una escala interesante para turistas ya que posee diversos atractivos naturales e históricos, así como dos de los destinos más visitados por turistas extranjeros y nacionales: San Juan del Sur y sus varias playas marítimas, y la isla volcánica lacustre de Ometepe.

**Imagen 10 Cristo Redentor, San Juan del Sur**



Rivas es la meca del surf en Nicaragua y estandarte del turismo de sol y playa, tiene muchas playas paradisíacas e inigualables como: Popoyo, Tola, San Juan del Sur, playa el Coco, playa Hermosa, playa Gigante entre otras. También se encuentra la isla de Ometepe con sus imponentes volcanes Maderas y Concepción.

**Imagen 11 Playa de Rivas**



Rivas cuenta dentro de sus límites territoriales con un rico y variado paisaje natural, uno de los principales atractivos para el turismo medioambiental de la zona. Rivas significa vida para muchas especies de tortugas que escogen sus playas para anidar y reproducirse.

**Imagen 12 Tortugas en Playa de Rivas**



#### 4.2.2 Efectos Negativos:

La Falta de educación ecológica, la inconciencia de los pobladores es un problema grave que afecta el turismo y su economía, puesto que se tiene un mal manejo de los desperdicios como la basura, que de manera muy fácil es arrojada a la calle, causes o termina siendo acumulada en algún sitio, esto detiene el turismo porque los altos niveles de contaminación y el mal aspecto que genera esto, muchos son los proyectos ejecutados para detener esto y limpiar las calles, pero son en vano y solo generan un gasto grande en la economía del país que se podría evitar fácilmente, pero la falta de conciencia y cultura ambientalista de cada individuo no lo permite destacar los elementos que son contraproducente para el desarrollo.

La mala educación de los ciudadanos hacía los extranjeros es un problema recurrente que no se ha solucionado, estos son víctimas de aprovechamientos, malos tratos, robos y demás, dejando muy mal representados a los nicaragüenses y su educación, el no ser cordial, respetuosos y empáticos muchas veces ha dejado mal el país como lo han sido el caso de Don Francisco, presentador de un programa de televisión que fue estafado por un taxista, siendo el caso de muchos extranjeros que han decidido visitar el país y se van con una mala experiencia, no volviendo a visitarlo y disminuyendo el turismo de Nicaragua.

Factores como los mencionados perjudican la economía del país por detener una gran actividad económica como lo es el turismo teniendo consecuencias inmediatas, deteniendo el ingreso de dinero y posteriormente bajando los volúmenes producción de otros rubros.

La escolaridad en Nicaragua es la menos exigente en comparación con el resto de América Latina, debido a que solo son exigidos 9 año de educación inicial desde el primer nivel del preescolar hasta el sexto grado de la primaria, siendo un problema para la economía de Nicaragua al no tener profesionales capacitados en las distintas áreas necesarias, no solamente eso, sino que también afecta al turismo, limitándose al habla natal del individuo, o sea el español natal, mencionando que muchos de los extranjeros que visitan el país se comunican a través del inglés norteamericano,



ocasionando que muchos de ellos eviten visitar por las limitaciones de lenguaje, sin decir el total de inversiones, proyectos, obras y demás inversiones sociales que se detienen por el idioma y la escolaridad.

En la siguiente tabla se demuestra el progreso de Nicaragua en cada uno de los indicadores del IDH.

Nicaragua se situó en el lugar 128º de países y territorios con un valor de 0.660 en el año 2019, entre 2015 y 2017, el valor IDH de Nicaragua aumentó de 0.652 A 0.661, en 2018 disminuyó a 0.659, en los 5 años de estudio el IDH en Nicaragua incremento un 0.1%.

**Tabla 13 Índice de Desarrollo Humano (2015-2019)**

<b>Año</b>	<b>Esperanza de vida al nacer</b>	<b>Años esperados de escolaridad</b>	<b>Años promedio de escolaridad</b>	<b>INB per capita(PPA en \$ de 2017)</b>	<b>Valor del IDH</b>
2015	73.6	12.1	6.5	5,479.00	0.652
2016	73.9	12.2	6.7	5,655.00	0.657
2017	74.1	12.2	6.8	5,845.00	0.661
2018	74.3	12.2	6.8	5,565.00	0.659
2019	74.5	12.3	6.9	5,284.00	0.66

Fuente: Elaboración propia, datos del PNUD

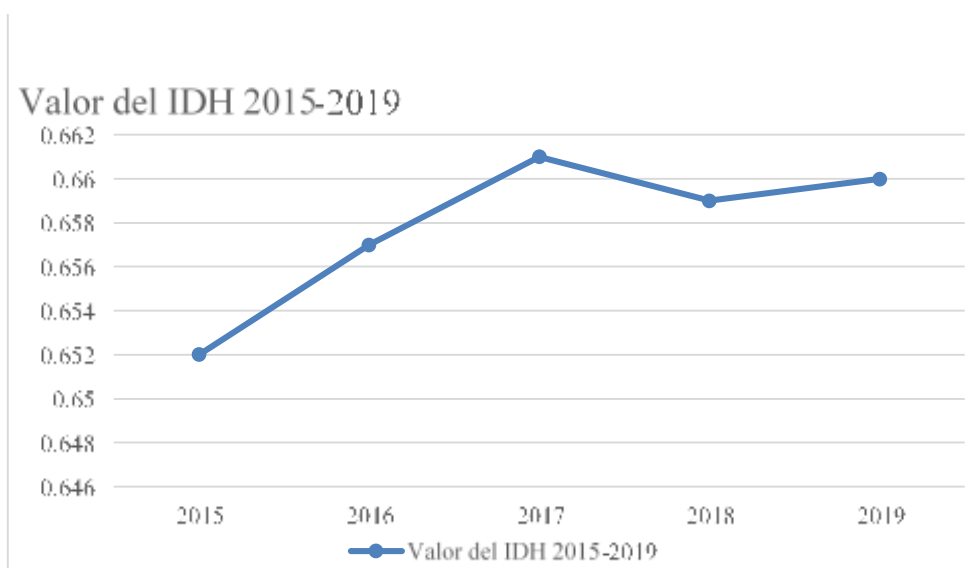
La tabla y la gráfica incluida muestran el estado del desarrollo humano antes de que estallara la pandemia de COVID-19, y están basadas en los datos disponibles hasta 2019.

Entre 2015 (73.6) a 2019 (74.5), la esperanza de vida al nacer en Nicaragua aumentó en 0.9 años, este aumento de la esperanza de vida obedece a mejoras en la salud pública, la nutrición, la higiene personal y la medicina en Nicaragua. Los años esperados de escolaridad entre 2015 (12.1) a 2019 (12.3) aumentaron en 0.2 años y los años promedios de escolaridad entre 2015 (6.5) a 2019 (6.9) aumentaron en 0.4 años, en Nicaragua, los habitantes tienen 6.9 grados de escolaridad en promedio, lo que significa casi la mitad de los años esperados de

escolaridad. De esta manera quienes no completan la educación básica, y, por lo tanto, no acceden a los niveles superiores de educación, son los más pobres. Lograr que los hijos de los pobres tengan acceso a la secundaria, la educación técnica y la universidad y que estén preparados para desempeñarse con éxito en estos niveles, es uno de los principales desafíos de la educación.

El INB per cápita de Nicaragua decreció en torno a un -3.5590436 entre 2015 y 2019.

**Gráfico 8 Valor del IDH (2015-2019)**



Fuente: Elaboración propia, datos del PNUD

El IDH es una medida promedio de los logros básicos de un país en el ámbito del desarrollo humano. Como cualquier promedio, el IDH enmascara la desigualdad de la distribución del desarrollo humano entre la población a escala nacional. El Informe sobre Desarrollo Humano 2010 introdujo el IDH-D, que tiene en cuenta la desigualdad en las tres dimensiones del IDH “descontando” el valor medio de cada dimensión según su nivel de desigualdad. El IDH-D, por tanto, es básicamente el IDH una vez descontadas las desigualdades. La “pérdida” de desarrollo humano debida a la desigualdad viene dada por la diferencia entre el IDH y el IDH-D, y se puede expresar en forma de porcentaje. A medida que aumenta la desigualdad en



un país, también crece la pérdida de desarrollo humano. Asimismo, se presenta el coeficiente de la desigualdad humana como medida directa de la desigualdad; se trata de un promedio no ponderado de las desigualdades en las tres dimensiones.

El desarrollo turístico humano o turismo humano se construye con base en la visión social y económica del desarrollo humano, donde el actor social fundamental es la agencia -individuo- y sus posibilidades para lograr y expandir sus capacidades básicas, de funcionamiento o mercado y de conjunto. Desde esta connotación en el turismo la agencia entonces serían los prestadores de servicios como actores locales que ofertan servicios para allegarse de beneficios que impacten su calidad de vida, siendo posible medir las capacidades básicas –ingreso por turismo, salud universal y educación- mediante el IDHT.

(Muñoz Mazon, 2015) Define el turismo humano como aquel que hace posible que las personas logren una buena vida a partir de las actividades turísticas como proceso económico y social, que hagan posible la ampliación de capacidades turísticas y el logro de metas de la agencia turística. Por lo tanto, un turismo humano es aquel que tiene fincado sus bases en los principios y postulados del desarrollo humano (DH), que propicia una buena vida para el visitante y a los residentes.

Las capacidades de una agencia turística pueden expandirse mediante capacidades turísticas básicas o simples, capacidades turísticas de funcionamiento y capacidades turísticas de conjunto. Las primeras son condiciones básicas del bienestar expresadas por el ingreso, la salud y la educación; las segundas están relacionadas con el acceso a la economía de mercado; las terceras con la posibilidad de alcanzar metas de agencia, asumir riesgos y transmitir una cultura para la paz.

Las metas de agencia deben centrarse siempre en la generación de bienestar humano, sustituyendo la idea de generar rentabilidad financiera, ganancias o utilidades económicas. Cobra sentido un turismo humano sí el resultado del proceso de intercambio de bienes y servicios tiene como fin último generar calidad de vida. Mediante la posibilidad que nos permite el método científico a través de la lógica empírica tomamos el IDH universal o global para adaptarlo al IDHT en su posición

individual, con lo cual se puede saber el bienestar personal que el turismo genera y la situación que guardan empresas, organizaciones y destinos turísticos, pudiéndose convertir el IDHT en un indicador de calidad, con lo cual la demanda turística mundial y local pudiera priorizar desplazarse hacia las regiones donde su visita representa o se traduce en bienestar humano para el residente, es decir, donde en la praxis se cristaliza un turismo humano.

La evolución de la economía nicaragüense, como la de toda la región centroamericana y del mundo, se vio afectada por la pandemia del COVID-19. Adicionalmente, en el mes de noviembre el país fue azotado por los huracanes Eta e Iota, principalmente en la Región Autónoma de la Costa Caribe. Cabe señalar, que Nicaragua registró uno de los menores impactos de la pandemia en la región, en términos de afectación a la producción y el comercio. En este contexto, la economía nicaragüense se vio afectada negativamente por la disminución de la producción y el comercio mundial generado por la pandemia. La actividad económica y el empleo se redujeron, mientras que la inflación se mantuvo baja y estable. Así mismo, el sistema financiero presentó estabilidad caracterizada por el aumento de los depósitos y tasas menos negativas en el crédito. Por su parte la política fiscal estuvo en la capacidad de asegurar el financiamiento del gasto público y la política monetaria y cambiaria preservó la estabilidad monetaria.

Nicaragua, por su posición geográfica, es propensa a una alta dinámica de eventos extremos de origen climático. Dicha variabilidad del clima se debe principalmente a la zona de convergencia intertropical y al fenómeno El Niño; la cual se manifiesta en huracanes y en tormentas tropicales, precipitaciones copiosas e inundaciones, así como en sequías irregulares, los países en desarrollo más pobres son afectados mucho más severamente por fenómenos climáticos. La pérdida de vidas, la emergencia humana y la amenaza existencial también están mucho más extendidas en los países de bajos ingresos.

A finales del año 2020, la Costa Caribe Norte de Nicaragua se vio afectada por los huracanes Eta e Iota, las afectaciones totales de ambos huracanes se estiman en US\$ 738.6 millones, equivalente a 5.9 por ciento del PIB. Los principales daños

y pérdidas estuvieron relacionados con la destrucción de la red vial (caminos, carreteras y puentes), viviendas, afectaciones ambientales, infraestructura social (centros escolares y de centros de salud) y en sectores productivos, principalmente del sector agropecuario, pesca y bosques.

Finalmente, las afectaciones presentadas en empresas turísticas, principalmente hoteles y restaurantes, se dio principalmente en la RACCN y RACCS, la región norte y el litoral sur del pacífico.

La inflación es un factor que afecta el sector económico, el aumento de los precios del petróleo son problemas que perjudican a muchos países, Nicaragua siendo uno de ellos, logró que con los ingresos de dinero y la sostenibilidad económica por el turismo no fuera tan grave. A lo largo del año, la inflación interanual se mantuvo relativamente baja y estable, salvo en enero y febrero que continuó en niveles similares a los observados a finales de 2019 (de alrededor del 6%) por la prevalencia estadística del efecto de la reforma tributaria de inicios del año anterior. Asimismo, la inflación interanual subyacente tuvo una evolución estable, similar a la inflación general, terminando el año en 2.67 por ciento (6.4% en 2019), por debajo del deslizamiento cambiario. En tanto, la inflación de bienes transables fue de 4.12 por ciento (6.49% en 2019) y la de no transables de 1.65 por ciento (5.74% en 2019).

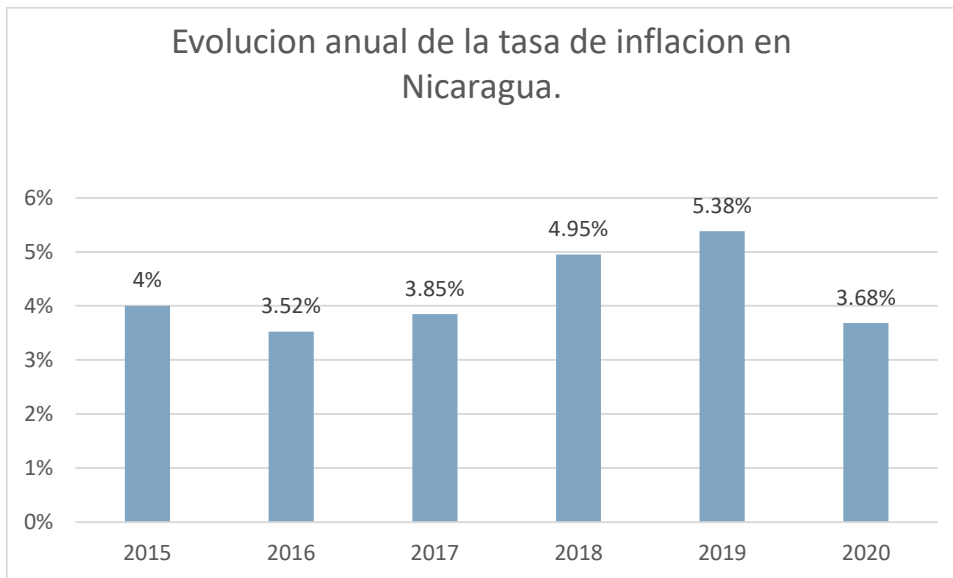
#### 4.2.3 Determinantes de la inflación

Al analizar los principales factores que determinaron la dinámica de los precios internos para el consumidor, tanto de origen interno, como externo se consideran los siguientes:

- i) Medidas de políticas de las autoridades económicas. Se incluye, la continuidad de la política de subsidios y la reducción de la tasa de deslizamiento cambiario.
- ii) Factores climáticos. Las lluvias en general se comportan de manera estable. No obstante, esta tendencia puede ser alterada por la llegada de huracanes.

iii) Factores externos. La pandemia afectó la oferta y la demanda mundial, reflejándose en menores precios del petróleo y de alimentos.

**Gráfico 9 Evolucion de la inflacion (2015-2020)**



Fuente: Página web, INIDE.

En el 2011 INTUR creó un plan de acciones para incrementar el turismo en Nicaragua, el cual constaba de cinco estrategias las que son:

- **Estrategia 1: PROMOCIÓN E INTELIGENCIA DE MERCADO:**  
Saber más y que nos vean más
- **Estrategia 2: COORDINACIÓN Y GESTIÓN**  
Gestionar con más eficacia que quiere decir.
- **Estrategia 3: MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA**  
Ayudar al turismo para que ayude al país.
- **Estrategia 4: DIFERENCIACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO**  
Crear experiencias turísticas diferenciadas.

➤ **Estrategia 5: COMERCIALIZACIÓN Y NUEVOS MERCADOS**

Vender más y vender mejor.

Dicho plan comenzó a ejecutarse en los siguientes años teniendo mayor incremento en las visitas de los turistas, a partir del año 2015 se incrementó gradualmente en aproximadamente un 5% anualmente el turismo, llegando a ser en 2017 su año más alto donde se recibieron 1, 787,260.00 turistas en el año, aportando en promedio un 4.2% del PIB nacional.

### **4.3 Analizar el crecimiento económico en el turismo de Nicaragua.**

El turismo en Nicaragua se ha convertido en una de las principales actividades económicas que dinamiza la economía del país ya que mueve grandes cantidades de turistas nacionales y extranjeros, es uno de los rubros de mayor crecimiento en el mercado nicaragüense en los aspectos económico, social y ambiental en los años 2015-2020.

#### **4.3.1 Consumo Turístico 2015-2020**

La suma del consumo interno más el receptor da origen al consumo interior y el consumo emisor es el que comprende las actividades turísticas realizadas por los visitantes residentes fuera de la economía de referencia. Se entiende como consumo turístico todo gasto efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino, la presente definición está en función de las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

El turismo estando situado en el sector terciario del país consistente en ofrecer servicios básicos y complementarios al turista, además de incluir bienes con procedencias y características variadas con la misma finalidad y que se comercializan en este sector, es una de las actividades que más generan ingreso en Nicaragua, generando alrededor de 911,306,695.00 millones de dólares en el año de 2020, el cual ha ido teniendo bajos niveles en comparación con otros años como 2019 o anteriores a 2018 esto debido a que Nicaragua ya sufría una leve tendencia a la baja en los ingresos por turismo desde 2018, sin embargo, esta situación fue agudizada por la llegada de la pandemia, que aunque en Nicaragua no se tradujo en cuarentenas obligatorias ni otras restricciones, la situación de emergencia mundial detonó la suspensión de operaciones de varias aerolíneas, la reducción casi total de cruceros y otras medidas como la exigencia de pruebas PCR para viajar que ralentizaron el turismo.

El siguiente cuadro muestra el total de consumo turístico generados en el periodo 2015-2020.

**Tabla 14 Consumo turístico (2015-2020)**

<b>Año</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Consumo Interior</b>	800,938,374	851,552,712	880,442,306	864,312,941	1,121,134,977	811,062,959
<b>Consumo Emisor</b>	211,625,942	237,389,375	270,462,669	106,825,195	138,567,244	100,243,736
<b>Total U\$</b>	<b>1,012,564,316</b>	<b>1,088,942,086</b>	<b>1,150,904,975</b>	<b>971,138,136</b>	<b>1,259,702,221</b>	<b>911,306,695</b>

Fuente: Elaboración propia, Datos de Cuenta Satélite de Turismo.

#### 4.3.2 Valor Agregado Turístico 2015-2020.

El aporte al VAT se concentra en las denominadas actividades características distribuido en las actividades de restaurantes, servicios de alojamiento, servicios de recreación y servicios de transporte de pasajeros y conexos en sus diferentes modalidades y las industrias conexas y no específicas.

El aporte del VAT al PIB se mantuvo constante en los años 2015 y 2016 con un valor de 4.1%, en el año 2017 el turismo aportó al PIB la cantidad de 509,936,377.31 millones de dólares y un valor de 4.2%, en el año 2018 a causa de la crisis socio política el sector turismo se vio afectado con cierres de hoteles, restaurantes y la disminución de turistas extranjeros, esto provocó que el aporte al VAT fuera menor que en el año 2017, el año 2019 fue un año de recuperación del sector con las diferentes acciones promocionales permitieron cifras alentadoras al cierre del año, en el año 2020 el sector turístico se vio afectado ante el cierre generalizado de las fronteras a nivel mundial y las restricciones extensivas de los viajes como medidas para frenar la expansión de la pandemia, Nicaragua enfrentó una reducción en sus ingresos por turismo receptivo por tercer año consecutivo.

**Tabla 15 Valor Agregado Turístico (2015-2020)**

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total de U\$</b>	448,756,279.47	478,859,118.76	509,936,377.31	484,437,296.05	464,050,877.56	382,124,653.62
<b>% que aporta al PIB</b>	4.1	4.1	4.2	4.1	4.2	3.4

Fuente: Elaboración propia, datos Cuenta Satélite de Turismo.

#### 4.3.3 Turismo como generador de empleo.

El turismo genera miles de empleos anualmente entre guías, cocineros, bar tender, conductores y demás, potencia la economía nacional con los recurrentes negocios que van surgiendo a necesidad de la expansión del turismo como hospedajes, hoteles, agencias turísticas y demás, aportando al PIB nacional e incrementándose con el ingreso de una moneda extranjera como lo es el dólar norteamericano. Según estimaciones realizadas a partir del Censo Económico Urbano (CEU) elaborado por el INIDE había 22,471 establecimientos turísticos en Nicaragua, entre hoteles y restaurantes, en el 2010. De acuerdo al CEU, el sector turismo generaba 55,734 empleos, de los cuales 41,402 (alrededor del 74 por ciento) eran ocupados por mujeres.

**Tabla 16 Turismo como generador de empleo**

Sector	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
	Cantidad			%	
Hoteles	3,171	3,830	7,001	45	55
Restaurantes	11,161	37,572	48,733	23	77
<b>Ttotal</b>	14,332	41,402	55,734	26	74

Fuente: Datos obtenidos de INIDE.

La tabla incluida muestra las estimaciones realizadas de empleos y están basadas en los datos disponibles del año 2010.



El turismo es una fuerza global de crecimiento económico y desarrollo, es por naturaleza un sector que necesita mucha mano de obra, por lo que favorece el empleo. De hecho, el turismo es responsable directamente de **uno de cada 10 puestos de trabajo del mundo** (OMT, 2019).

#### 4.3.3.1 Empleo Formal.

La pandemia resultó en efectos temporales sobre los indicadores de empleo. En particular, redujo la tasa global de participación laboral a 69 por ciento en promedio trimestral de 2020 (desde un 71.1 por ciento en 2019). Esto implica que, por razones relacionadas con la pandemia, la población económicamente activa (buscando trabajo) se redujo en términos relativos. Entre las probables explicaciones de este fenómeno podría estar la decisión de una parte de la población de no salir a buscar empleo por temor al contagio, o debido a la percepción de tener pocas posibilidades de encontrar empleo en el contexto económico vigente. Así, se estima que el flujo de ocupación reflejó una reducción de 211,222 ocupados en el segundo trimestre, comparado con el cuarto trimestre de 2019. No obstante, se registró un aumento de 218,456 ocupados al cuarto trimestre, comparado con el segundo trimestre de 2020.

La disminución de la actividad económica afectó el mercado laboral, principalmente en el segundo trimestre. Según la Encuesta Continua de Hogares (ECH), la tasa de desempleo abierto pasó de 4.8 por ciento en el primer trimestre a 5.4 por ciento en el segundo trimestre, un incremento relativamente moderado en comparación con la reducción observada en la actividad económica. No obstante, dicha tasa disminuyó a 4.8 por ciento en el tercer y cuarto trimestres.

En cuanto al empleo por género, según la ECH la tendencia hasta el segundo trimestre, había sido un aumento en términos de la tasa de inactividad tanto para hombres (1.73 puntos porcentuales) como para mujeres (2.93 puntos porcentuales), es decir se ha observado un mayor número de mujeres que salieron del mercado laboral respecto al caso de los hombres. Sin embargo, en el muy corto plazo, las cifras apuntan a una disminución de esta variable. En el tercer trimestre, la tasa de inactividad disminuyó en 2 y 1.4 puntos porcentuales para hombres y mujeres, respectivamente. Las cifras del cuarto trimestre continúan con esta tendencia.

#### 4.6 Infraestructura en Nicaragua.

Nicaragua ubicada en el centro de las Américas, trabaja constantemente por promover y desarrollar el país como destino turístico desde hace casi dos décadas, el turismo es una actividad prioritaria para Nicaragua. Entre 2015 y 2020, se aprobaron 175 proyectos aprobados bajo la ley 306 “Ley de Incentivos para la Industria Turística de la República de Nicaragua” que ofrece diversos y generosos incentivos fiscales a los inversionistas nacionales o extranjeros, catalogado de los mejores de la región, por un periodo de 10 años renovables por igual periodo, con una inversión del 35% de la inversión inicial antes de que finalicen los primeros 10 años y aplica para servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, tour operadores, transporte de turistas, líneas aéreas entre otros.

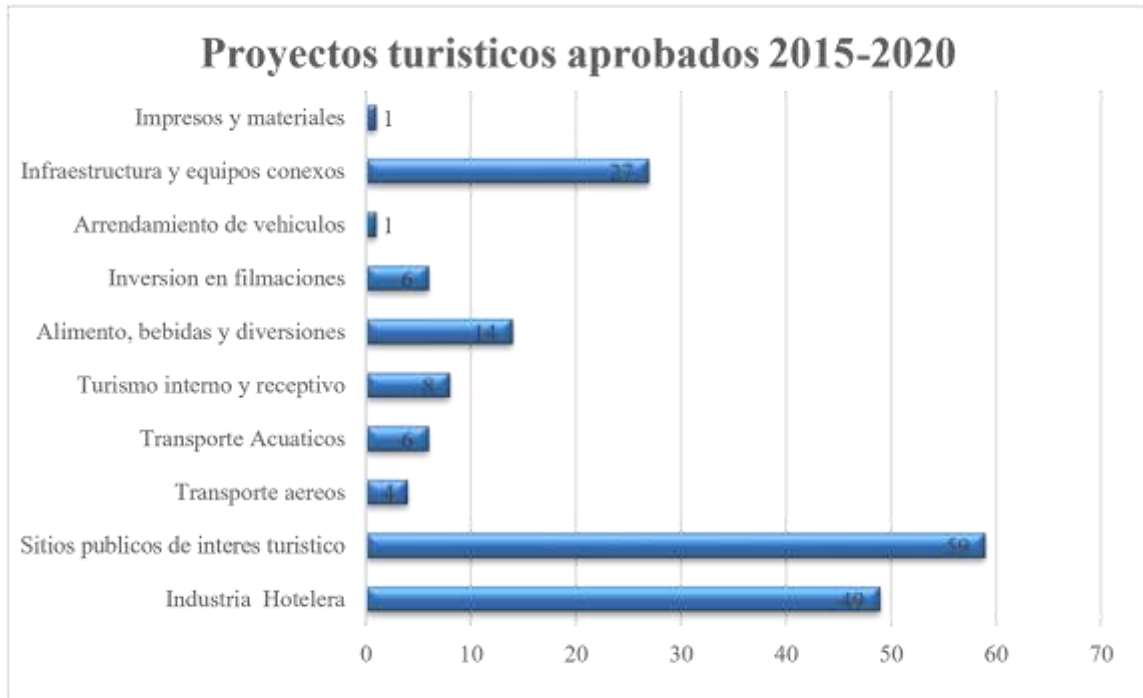
En la tabla no. 17 se presentan los proyectos aprobados en el periodo 2015-2020 según las actividades turísticas, para sitios públicos de interés turístico se aceptaron 59 proyectos con un monto aprobado de 19.77 millones de dólares, industria hotelera un total de 49 proyectos con una inversión de 66.55 millones de dólares, esta actividad turística tiene la mayor inversión aprobada ya que el sector hotelero está siendo un importante motivo de atracción para invertir en el sector inmobiliario. El turismo de negocios venía creciendo de manera importante hasta la llegada de la pandemia; Nicaragua por la seguridad, tranquilidad, posición geográfica y clima de inversiones es uno de los destinos preferidos para este segmento.

**Tabla 17 Inversiones turísticas aprobadas (2015-2020)**

<b>Actividad Turística</b>	<b>No. Proyectos</b>	<b>Montos de Inversión (millones US\$)</b>	<b>Montos Aprobados (millones US\$)</b>
Industria Hotelera	49	89.05	66.55
Sitios públicos de interés turístico	59	20.21	19.77
Transporte aéreos	4	10.42	10.42
Transporte Acuático (Marítimo, Fluvial y Turismo interno y	6	0.37	0.36
Alimentación, bebidas y diversiones	8	0.31	0.31
Alimentación, bebidas y diversiones	14	9.31	5.83
Inversión en filmación de películas y en eventos de beneficio	6	2.06	2.06
Arrendamiento de vehículos terrestres y acuáticos a turistas	1	0.01	0.01
Infraestructura y equipo conexo.	27	94.89	93.28
Impresos y materiales de promoción turística	1	0.02	0.02
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>226.65</b>	<b>198.61</b>

Fuente: Elaboración propia, Datos boletín de estadísticas de turismo.

**Gráfico 10 Proyectos turísticos aprobados (2015-2020)**



Fuente: Elaboración propia, Datos boletín de estadísticas de turismo.

El gráfico no. 10 presenta los proyectos aprobados de desarrollo turístico en el periodo 2015-2020 que se acogen a los beneficios de la ley 306, se aprueban tales proyectos que clasifiquen dentro de un marco de rentabilidad e interés para el desarrollo turístico del país, los sitios públicos de intereses turístico fue el área donde más proyectos se aprobaron con un total de 59, esto se debe a un mayor enfoque para aumentar el flujo de visitantes apostando a condiciones de calidad en infraestructura, se han aprobado un total de 175 proyectos en el periodo de estudio con 198.61 millones de dólares aprobados para dichos proyectos.

A partir de los casos de inversiones turísticas presentados se puede deducir que, entre las múltiples ventajas del desarrollo de inversiones turísticas, destaca no sólo la creación de empleo, el incremento de los ingresos económicos para las comunidades receptoras, sino que las inversiones turísticas adecuadamente desarrolladas coadyuvan en la conservación de espacios naturales, la conservación sitios históricos (patrimonio histórico y cultural).

## 4.7 MODELO ECONOMETRICO.

Los datos que se han determinado para esta representación son de la recaudación anual del sector turismo, el periodo del modelo se incrementó, tomando datos desde el 2006 hasta el 2021 debido a que entre más observaciones posea el modelo dará resultados más acertados.

Hipótesis del modelo:

Alternativa: El turismo influye en el crecimiento al PIB.

Nula: El turismo no influye en el crecimiento al PIB.

Según los resultados proporcionados por el modelo econométrico aceptamos la hipótesis nula.

Ecuación del modelo econométrico

### LS LNPIB C LNTUR

Pronóstico de la proyección del PIB sector turismo:

$$\text{LNPIB} = 4.51512079807 + 0.879596916983 \cdot \text{LNTUR}$$

Dependent Variable: LNPIB  
Method: Least Squares  
Date: 12/13/22 Time: 13:40  
Sample: 2006 2017  
Included observations: 12

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.515121	0.430144	10.49677	0.0000
LNTUR	0.879597	0.048278	18.21959	0.0000

R-squared	0.970756	Mean dependent var	12.34263
Adjusted R-squared	0.967832	S.D. dependent var	0.409717
S.E. of regression	0.073485	Akaike info criterion	-2.232468
Sum squared resid	0.054000	Schwarz criterion	-2.151651
Log likelihood	15.39481	Hannan-Quinn criter.	-2.262390
F-statistic	331.9533	Durbin-Watson stat	0.803602
Prob(F-statistic)	0.000000		

**Tabla 18 Modelo logarítmico**

Modelo logarítmico	Constante	T
Estimadores	451.520.798	18,21959
R cuadrado	0.970756	
DW	0.803602	

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos Eviews.

Este modelo econométrico sirve para estudiar el comportamiento del sector turismo y de igual manera si el modelo es adecuado para predecir, o sea estudiar la capacidad predictiva. Este modelo arroja datos de estimaciones en el sector turístico a partir del año 2018.

Nicaragua es un destino turístico en crecimiento en Centroamérica, con una rica historia, paisajes naturales impresionantes y una cultura vibrante. En los últimos años, el turismo en Nicaragua ha experimentado un aumento significativo, a pesar de los desafíos económicos y políticos.

Desde 2012, el número de visitantes extranjeros a Nicaragua ha aumentado de manera constante, alcanzando un récord de 1,2 millones de turistas en 2018. Este aumento se debe en parte a la promoción activa del país como destino turístico a nivel internacional y a la inversión en infraestructura turística. Sin embargo, Nicaragua ha enfrentado algunos desafíos en el sector turístico. En 2018, el país experimentó una crisis política que llevó a la cancelación de muchos viajes y a una disminución en el número de turistas. Además, la inseguridad y la falta de infraestructura en algunas áreas también han sido obstáculos para el crecimiento del sector turístico.

A pesar de estos desafíos, Nicaragua continúa invirtiendo en su sector turístico, con la construcción de nuevas infraestructuras y la promoción de su cultura y patrimonio. Además, el país está trabajando en colaboración con otros destinos turísticos de Centroamérica para mejorar la conectividad y promocionar la región como un destino turístico atractivo.

Según datos proporcionado por el Banco Central de Nicaragua, desde el periodo comprendido del 2006 al 2017 el sector turismo ha venido en crecimiento con un 191.46 millones de dólares para el año 2006 y 509.93 millones de dólares para el año 2017, representando una constante vital para la economía en desarrollo como la nuestra.

## Capítulo V

### 5.1 Conclusiones.

En esta tesis se ha planteado el objetivo específico número 1 “Describir el aporte del sector turismo al crecimiento económico en Nicaragua en el periodo de estudio.”

Al respecto se puede concluir lo siguiente

El sector turismo aporta al crecimiento económico de Nicaragua dada sus característica y capacidad de generar el efecto multiplicador, no solo incide en el mismo sino en otros sectores como: Transporte, Hostelería, Restauración, Servicios financieros y de seguros, así como en Servicios culturales, recreativos y esparcimiento. Se puede afirmar que es un sector generador de divisas y que canaliza inversión que conduce a expansión general hacia la mejora en la calidad de vida de los habitantes circunscritos a dicha actividad, el otro aporte, de mucho valor que aún no se ha contabilizado en el PIB como industria no contaminante aprovechando así la dotación del país y el aprovechamiento de los atractivos naturales y su conservación como medio ambiente limpio.

En su segundo objetivo específico la tesis planteo “Identificar los factores socio-económicos y turísticos diferenciales que determinan el turismo en Nicaragua 2015-2020.”

Al respecto se puede decir que:

Durante el periodo 2015-2020 se observa que la demanda turística muestra una expansión mediante la llegada de turistas a Nicaragua ocasionando un aumento del consumo turístico e incentivando la producción turística como la creación de más habitaciones, asimismo aumentan los ingresos por turismo mediante el gasto de los turistas por la estadía en un hotel o restaurante, teniendo el apoyo de la ley 306 como una política expansiva por parte del gobierno que aumenta la inversión al turismo aportando al crecimiento económico de Nicaragua.

En el periodo de estudio se ha demostrado que el mejor año para Nicaragua en registro de visitantes fue el año 2017 con un registro de 1,787,260 turistas



internacionales, lo que indica un crecimiento del 7% con respecto a los años anteriores,, en los años subsecuentes (2018-2020) hubo una constante disminución de visitantes ya que en el año 2018 se registró la llegada de 1,255,566 turistas, en 2019 hubo un ligero incremento de llegadas de extranjeros con 1,295,218 y en el año 2020 por el cierre de fronteras aéreas, marítimas y terrestres Nicaragua solo tuvo la llegada de 383,979 turistas. Se puede según estos datos concluir que el sector es sumamente sensible y que los factores y determinantes para su desempeño son así mismos sensibles a variables socioeconómicas y a variables propias de la naturaleza.

En base a los datos obtenidos no existe una relación determinante tanto en la demanda turística como en el IDH. Las explicaciones de este fenómeno son múltiples y pueden estar relacionadas a temas como el control de los recursos turísticos, la distribución de la riqueza que produce el turismo, la dinámica histórica de las actividades, la conectividad del destino, el grado de competitividad, la seguridad y protección en el destino, tendencias turísticas y muchas cosas más. Nicaragua ha invertido grandes sumas de dinero público en esta actividad económica, con la expectativa de que con el crecimiento de la actividad turística puedan mejorar las condiciones de vida, tanto en las comunidades receptoras como en el país en conjunto.

El sistema económico se beneficia del turismo porque es una actividad multisectorial en la que participan los sectores productivos de los sectores público y privado para proveer los bienes y servicios que utilizan los turistas, el turismo y el consumo contribuyen por el efecto arrastre a la diversificación económica en otros sectores como la construcción (infraestructuras para el entretenimiento, alojamiento, transporte) y servicios (comercial, seguridad, salud), la agricultura y la artesanía (alimentos y bebidas), dando lugar a la diversificación de varias industrias simultáneamente; Esto, a su vez, promueve un mayor impacto en la generación de ingresos, que se consume en otros bienes y servicios, dependiendo del grado de diversificación económica.

En el tercer objetivo específico la tesis planteo “Analizar el comportamiento del sector turismo en Nicaragua 2015-2020.”

Se puede concluir que:

El aporte del VAT al PIB en el año 2019 obtuvo su mayor ingreso con 464.05 millones de dólares representado el 4.2% en aporte al producto interno bruto del país, en el año 2018 con la llegada de la crisis socio-política el VAT aportó al PIB 484.43 millones de dólares y en el año 2020 con la llegada de la pandemia Covid-19 tuvo un aporte de 382.12 millones de dólares, con esto se concluye que el año que el turismo se vio más afectado fue en el año 2020 ya que en este año la mayoría de países a nivel mundial cerraron fronteras marítimas, aéreas y terrestres.

Durante el período estudiado 2015-2020 se aprobaron en Nicaragua 175 proyectos y un valor de inversión aprobado de 198,61 millones de dólares, siendo la industria hotelera y sitios públicos de interés turístico las actividades con mayor valor aprobado, una mejor infraestructura turística mejora la oferta turística y aumenta el atractivo de la región. La infraestructura representa uno de los elementos fundamentales para el desarrollo económico, ya que abre las posibilidades de acceso a los sitios turísticos, si no se desarrolla una infraestructura adecuada se pierde el potencial de recursos turísticos del país.

## 5.2 Bibliografía

- Alma. (12 de Diciembre de Diciembre). *TvEuskadi*. Obtenido de <https://tveuskadi.net/el-turismocomo-motor-de-desarrollo/>
- Connectamericas. (2015). *Connectamericas*. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/service/invierta-en-la-industria-del-turismo-de-nicaragua>
- Cuenta Satelite de Turismo. (12 de Mayo de 2022). Obtenido de <https://www.bcn.gob.ni/sites/default/files/documentos/Informe%20de%20la%20Cuenta%20Satelite%20de%20Turismo%20en%202021.pdf>
- DELSOL. (SF). *DELSOL*. Obtenido de <https://www.sdelisol.com/glosario/librecompetencia/#:~:text=Adam%20Smith%20considera%20que%20la,las%20empresas%20op%20eran%20para%20obtener>
- Empresarial, F. (20 de Octubre de 2020). *Fusion Empresarial*. Obtenido de <https://revistafusionempresarial.mx/los-efectos-economicos-del-turismo-en-una-economia2/>
- Española, R. A. (s.f.). Obtenido de <https://dle.rae.es/infraestructura>
- Española, R. A. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/econom%C3%ADa>
- ILERNA. (12 de Diciembre de 2019). *Blog de Ilerna*. Obtenido de <https://www.ilerma.es/blog/aprende-con-ilerma-online/hosteleria-turismo/la-demandaturistica/#:~:text=La%20demanda%20tur%C3%ADstica%20es%20la,se%20conocen%20como%20temporada%20alta>
- M, M. (2014). *Inversión turística: Una contribución*. Merida, Venezuela: Universidad de los Andes.
- Muñoz Mazon, A. I. (05 de agosto de 2015). Metodología cuantitativa para evaluar el bienestar individual en los destinos turísticos y construir una visión de turismo humano. Madrid, España.
- OMT. (2019). MARCOS FAVORECEDORES DE LA INVERSIÓN EN TURISMO – CLAVES Y RETOS – REFORMULAR LA INVERSIÓN EN TURISMO.
- OMT. (s.f.). *UNWTO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos> SCRIBD. (DICIEMBRE de 2017). *SCRIBD*. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/511581498/Definicion-de-Inflacion#>
- Socateli, M. (Noviembre de 2013). *Intermark*. Obtenido de Intermark: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>
- Socatelli, M. (2015). Mercado aplicado al turismo. En M. Socatelli, *Mercado aplicado al turismo* (pág. 1). Costa Rica: EUNED.

- turístico, E. (22 de marzo de 2020). *Entorno turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-efecto-multiplicador-del-turismo/>
- turístico, E. (22 de marzo de 2020). *Entorno turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-efecto-multiplicador-delturismo/#:~:text=mide%20la%20cantidad%20de%20producto,168>).
- UNWTO. (2021). *UNWTO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/accionpor-el-clima#:~:text=La%20acci%C3%B3n%20por%20el%20clima%20se%20refiere%20a%20los%20esfuerzos,inducidos%20por%20el%20clima1>.
- Velazco, A. (2013). La inflación como factor distorsionante de la información financiera. *Revista Venezolana de Gerencia*, 556.
- Webster, M. (s.f.). *Merriam Webster Dictionary*. Obtenido de <https://www.merriamwebster.com/dictionary/tour>
- Yaritza Hernandez, J. C. (2015). *Repositorio UNAN*. Obtenido de [https://repositorio.unan.edu.ni/view/creators/Castro\\_Castillo=3AYaritza\\_Yakaira=3A=3A.html](https://repositorio.unan.edu.ni/view/creators/Castro_Castillo=3AYaritza_Yakaira=3A=3A.html)
- (DatosMundial, 2021)
- (BCN, 2021)

### 5.3 Anexos

#### Anexo 1 Tabla de llegadas de extranjeros a Nicaragua según Clasificación Migratoria

Serie Histórica 2015-2020.

Año	Clasificación			Total
	Turistas	Cruceros	Visitantes del día	
2015	1386,481.00	46,235.00	23,473.00	1456,189.00
2016	1504,414.00	62,517.00	28,983.00	1595,914.00
2017	1787,260.00	94,003.00	76,659.00	1957,922.00
2018	1255,566.00	82,557.00	74,288.00	1412,411.00
2019	1295,218.00	85,537.00	73,749.00	1454,504.00
2020	383,979.00	25,035.00	65,407.00	474,421.00

Fuente: INTUR con los datos de DGME.

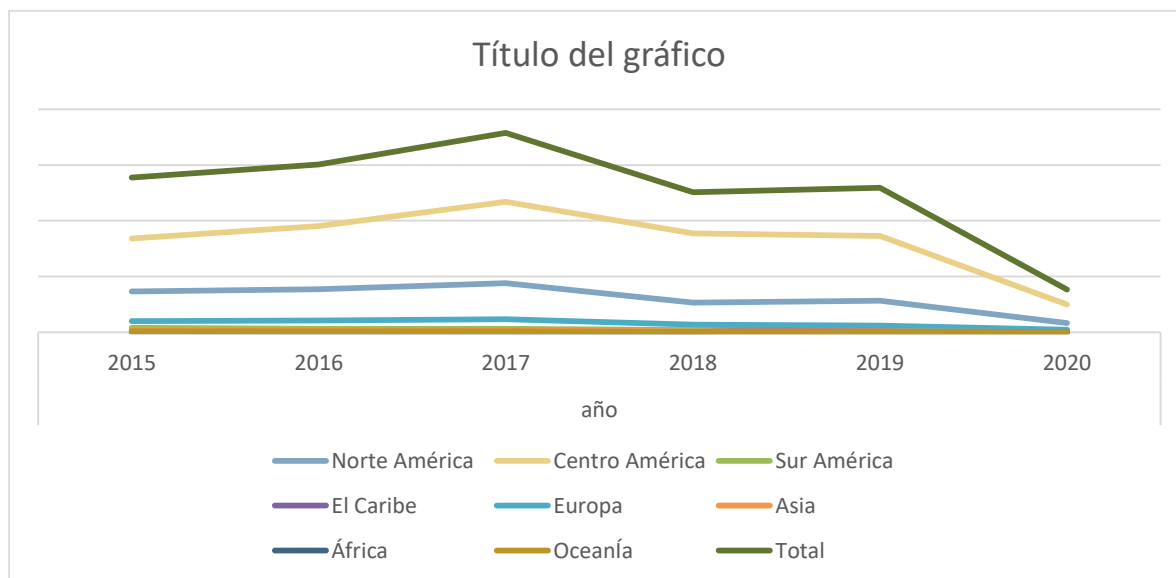
#### Anexo 2 Tabla de llegadas de Turistas a Nicaragua según región Geográfica de Residencia

Serie Histórica 2015-2020.

Region de residencia	año					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Norte América	365.288	385.301	440.924	265.942	283.781	83.528
Centro América	840.524	953.709	1.170.620	887.178	863.686	249.178
Sur América	40.706	32.347	30.854	20.040	27.081	6.945
El Caribe	8.322	4.706	4.564	2.260	47.860	17.803
Europa	99.981	104.691	118.322	67.425	59.968	22.418
Asia	21.316	14.353	13.041	8.497	8.511	2.843
África	1.240	873	928	483	661	355
Oceanía	9.104	8.434	8.007	3.741	3.670	909
Total	1.386.481	1.504.414	1.787.260	1.255.566	1.295.218	383.979

Fuente: Fuente: INTUR con los datos de DGME.

Grafica de llegadas de Turistas a Nicaragua según región Geográfica de Residencia.



#### Anexo 4

Tabla de llegada de Visitantes a los centros turísticos Propiedad del Instituto Nicaragüense de Turismo.

Año	Centro Turístico						Total
	Granada	Pochomil	La Boquita	Xiloá	El Trapiche	Xilonem	
2015	1.247.680	325.819	351.044	214.435	158.497	34.876	2.332.351,00
2016	1.319.915	326.020	357.491	220.603	155.845	100.300	2.480.174,00
2017	1.134.650	372.075	383.990	214.302	172.136	99.448	2.376.601,00
2018	968.022	435.491	312.079	200.602	176.406	89.926	2.182.526,00
2019	1.004.347	559.009	270.535	227.980	178.583	116.554	2.357.008,00
2020	704.332	425.613	171.179	179.238	115.043	66.139	1.661.544,00

Fuente: INTUR con los datos de la Dirección Administrativa Financiera.

Anexo 5 Tabla de evolución de la oferta Turística de Alojamiento según establecimiento y por Departamento.

Serie Histórico 2015-2020.

Departamento	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%	2020	%
Managua	174	16,5	185	15,7	188	15,2	184	16,5	174	15,8	187	17,4
Rivas	135	12,8	155	13,2	166	13,4	151	13,6	171	15,5	177	16,5
León	113	10,7	128	10,9	140	11,3	124	11,1	111	10,1	100	9,3
Región Autónoma Costa Caribe Sur	93	8,8	102	8,7	114	9,2	100	9,0	90	8,2	85	7,9
Granada	121	11,4	140	11,9	146	11,8	91	8,2	93	8,4	81	7,5
Matagalpa	66	6,2	76	7	78	6,3	72	6,5	79	7,2	71	6,6
Estelí	57	5,4	66	6	71	5,7	73	6,6	66	6,0	65	6,0
Jinotega	45	4,3	53	5	58	4,7	62	5,6	59	5,4	54	5,0
Río San Juan	43	4,1	40	3	39	3	39	3,2	37	3,4	42	3,9
Chontales	35	3,3	38	3	38	3	37	3,3	38	3,5	34	3,2
Chinandega	35	3,3	36	3	36	3	33	3,0	33	3,0	33	3,1
Masaya	51	4,8	55	5	53	4	32	2,9	34	3,1	32	3,0
Madriz	11	1,0	13	1	14	1	26	2,3	28	2,5	30	2,8
Boaco	13	1,2	19	2	20	2	21	1,9	22	2,1	23	2,1
Carazo	22	2,1	24	2	26	2	26	2,3	25	2,3	23	2,1
Nueva Segovia	19	1,8	21	2	21	2	26	2,3	21	1,9	20	1,9
Región Autónoma Costa Caribe norte	24	2,3	26	2,2	29	2,3	17	1,5	20	1,8	18	1,70

Fuente: INTUR con los datos del Departamento de Registro.

Tabla de inversiones Turísticas Aprobados bajo la ley No. 306 desde que entró en vigencia la ley. Serie histórica 2015-2020.

Año	No. De Proyectos	No de Habitaciones	Empleo a Generar	Monto total de la Inversión	Monto Ttl de la invrsn por origen de recursos	
					Nacional	Extranjera
2015	55	124	745	110,26	93,17	17,09
2016	34	404	494	59,92	53,67	6,25
2017	8	182	329	28,44	26,88	1,56
2018	6	48	178	14,8	13,28	1,52
2019	3	23	71	10,87	10,87	0
2020		0	5	5,53	5,53	0

Fuente: INTUR con los datos de la Dirección de Promoción de Inversiones turísticas.

Anexo 7 Datos ocupados para ejercicio matemático.

lintur	turismo
8,14523007	3446,89834
8,32690224	4133,59281
8,57227361	5283,12794
8,70470217	6031,20541
8,71632634	6101,72219
8,74888337	6303,64535
8,903345	7356,54009
9,01193703	8200,3903
9,15132105	9426,88556
9,33782349	11359,657
9,50618601	13442,6264
9,66275734	15721,0732

## Anexo 8 Ejercicio matemático

Estimation Command:

=====

LS LNPIB C LNTUR

Estimation Equation:

=====

LNPIB = C(1) + C(2)\*LNTUR Substituted

Coefficients:

=====

LNPIB = 4.51512079807 + 0.879596916983\*LNTUR

Dependent Variable: LINTUR Method: Least Squares

Date: 12/13/22 Time: 13:59

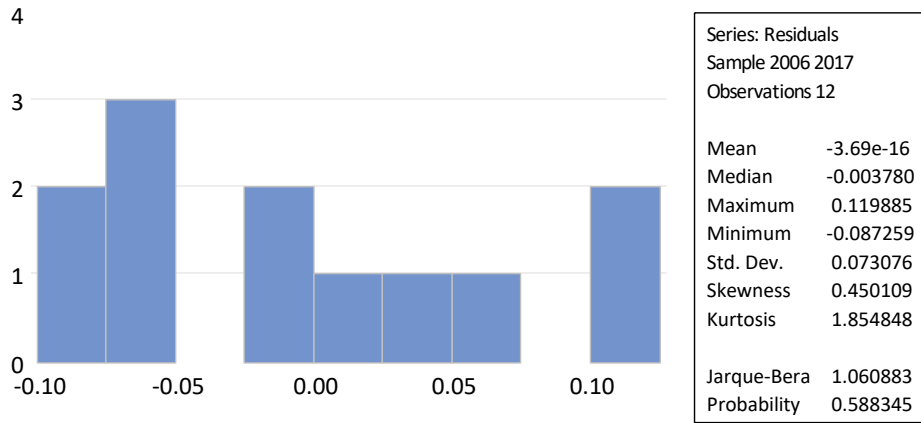
Sample: 2006 2017 Included

observations: 12

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.207828	0.041618	197.2165	0.0000
T	0.125663	0.006409	19.60680	0.0000



R-squared	0.974647	Mean dependent var	8.898974
Adjusted R-squared	0.972111	S.D. dependent var	0.458939
S.E. of regression	0.076642	Akaike info criterion	2.148324
Sum squared resid	0.058740	Schwarz criterion	-2.067506
Log likelihood	14.88994	Hannan-Quinn criter.	-2.178245
F-statistic	384.4265	Durbin-Watson stat	0.799715
Prob(F-statistic)	0.000000		



Date: 12/13/22 Time: 14:01  
Sample: 2006 2017  
Included observations: 12

	Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1			-0.019	-0.019	0.0053	0.942
2			-0.235	-0.236	0.9343	0.627
3			0.078	0.072	1.0485	0.790
4			-0.063	-0.124	1.1326	0.889
5			0.063	0.106	1.2265	0.942
6			-0.167	-0.241	2.0054	0.919
7			-0.268	-0.231	4.4270	0.729
8			0.014	-0.138	4.4355	0.816
9			0.094	0.006	4.9297	0.840
10			0.005	-0.035	4.9318	0.896
11			-0.002	-0.001	4.9322	0.934