

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA
RECINTO UNIVERSITARIO CARLOS FONSECA AMADOR**

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

UNAN RUCFA



Monografía para optar a la licenciatura en Economía.

TEMA: Contribución del sector turístico nicaragüense en los aspectos económico, social y ambiental en los años 2009-2013

TUTORA: MSC. MARITZA DELGADILLO.

CARRERA: ECONOMIA

GRUPO: 1451

AULA: F 15

AÑO: V

INTEGRANTES:

CASTRO CASTILLO YARITZA YAKAIRA

GAITÁN HERNÁNDEZ JERSSON ALONSO

TAPIA GONZALEZ CINTHYA LORENA

MANAGUA, NICARAGUA.

Junio del 2015.

Contenido

AGRADECIMIENTOS

[DEDICATORIA](#)

[INTRODUCCION](#)

Capítulo I: Aspectos Teóricos y Metodológicos.....	1
1.1 Planteamiento del problema:	1
1.2 Formulación del problema:.....	6
1.3 Sistematización del problema:	7
1.4 Objetivo general:	8
1.5 Objetivos específicos:	8
1.6 Justificación.	9
1.7 Marco conceptual:.....	10
1.8 Marco teórico:	1
1.9 Diseño Metodológico	17
Capítulo II. Marco legal e institucional y Generalidades del Turismo en Nicaragua.....	19
2.1 Marco Legal para el Desarrollo del Sector Turismo.....	19
2.2 Historia del Turismo en Nicaragua.	26
2.3. Tipos de Turismo.....	28
2.4 Importancia de la actividad Turística.	32
2.4 Oportunidades de Inversión en el sector.....	38
Capitulo III: Importancia del turismo en el desarrollo de la economía.	42
3.1 El Turismo como actividad económica.	42
3.2 Mercado turístico (Oferta y Demanda turística).	47
3.3 Valor Agregado Turístico.	58
3.4 Turismo como fuente generadora de empleo.....	61
3.5 Importancia de la inversión en capital humano en el sector turístico.	63
Capítulo IV: Turismo sostenible en Nicaragua.	66
4.1 Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible de Nicaragua.....	66
4.2 El Turismo Rural Comunitario.	73
V: CONCLUSIONES.....	79
VII: BIBLIOGRAFIA.....	82
VIII: ANEXOS.....	83

AGRADECIMIENTO

Le quiero dar primeramente gracias a Dios por haberme permitido cumplir una meta más en mi vida y darme el don de la sabiduría para alcanzar la misma, pues todo lo q tengo y lo que soy es gracias a él, gracias a mis padres por su amor y su apoyo incondicional guiándome siempre por el buen camino y haberse preocupado por mi futuro asegurándolo a través de la educación así como a mis demás familiares y amigos, sin dejar de lado claro a mis profesores que durante los cinco años de formación universitaria me alentaron a explotar mis capacidades y brindarme sus conocimientos para hoy ser todo un economista mencionando de manera especial a el Msc. Uriel Soto y Msc. Maritza Delgadillo por tomarse el tiempo de tutoriar este trabajo y hacerlo un completo éxito.

Jersson Gaitán.



Nadie dijo que era fácil pero tampoco imposible.

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres y a mis tíos

Por haberme dado la oportunidad de cumplir con mis metas y haberme dado el legado más importante de la vida que es la educación por lo cual les estaré eternamente agradecida, también me gustaría agradecer a toda mi familia en general.

A mis profesores

Quisiera agradecer a mi universidad, a mi honorable facultad y a todos los profesores que a lo largo de mi camino por la carrera me brindaron su apoyo y la oportunidad de integrar los conocimientos suficientes para poder llamarme economista, así mismo quisiera mencionar en particular a los profesores Msc. Maritza Delgadillo y Msc. Uriel Soto que como profesor y tutores nos brindaron todo el apoyo posible para culminar este trabajo.

Yaritza Castro.



*Doy infinitas gracias a Dios nuestro señor que me ha
Permitido culminar mis estudios superiores y una meta
más en mi vida, por ser mi guía y luz en el camino.*

A mis padres

*José Mayorlean Tapia López y
Martha Lorena González*

*por ser un pilar importante, siempre aconsejándome
y queriendo lo mejor para mí, esforzados por un futuro
mejor.*

A mi querido esposo

Julio Cesar Jalinas Gavarrete

*Por Compartir sus conocimientos,
darme su apoyo incondicional Y estar conmigo siempre.*

A mis familiares y amigos y a los

Docentes que estuvieron a lo largo de estos cinco años.

Cinthya Lorena Tapia González

DEDICATORIA

A Dios.

Por darnos la oportunidad de vivir y por estar a nuestro lado en cada paso, por iluminar nuestra mente y por haber puesto en el camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio, además de su infinita misericordia y sabiduría.

A nuestros padres.

Por estar ahí cuando más los necesitamos, por sus consejos y constante motivación que nos han permitido ser personas de bien, pero más que nada por su amor.

INTRODUCCION

Es de conocimiento generalizado que el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importante de nuestro país y en especial de nuestra región. 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 nuestros habitantes, un mejor aprovechamiento de nuestros atractivos naturales y su conservación como medio ambiente limpio y puro.

El turismo ha sustentado gran parte de la economía de nuestro país, gracias a que nuestros lugares turísticos son visitados por extranjeros los cuales disfrutan de las visitas al país, por eso es importante mantener en buen estado y tratar con respeto a estos visitantes para que puedan volver al país en otro tiempo, así levantando la economía de nuestro país, ya que este ha dado cambios significativos últimamente en el aspecto económico.

También puede ser considerado y definido como una actividad económica de suma importancia. Finalmente, se describen las diferentes posiciones en cuanto a las actividades específicas a incluir dentro de la definición de turismo con fines estadísticos, donde se distinguen actividades netamente y parcialmente turísticas; y se mencionan los principales efectos económicos positivos del turismo, entre otros, su carácter de sector exportador, generador de empleo y crecimiento económico, y como actividad económica regional.

Nicaragua siendo un país pequeño incluye la demanda de turismo local o internacional por parte de residentes locales y extranjeros. Se estudian los efectos de cambios en la estructura del sector turismo: en algunos casos, cambios generados por factores totalmente exógenos; en otros casos, cambios generados por políticas de los gobiernos o emprendimientos del sector privado, políticas impositivas de comercio exterior y políticas impositivas internas (reducción de impuestos internos sobre el sector o mejoras en la infraestructura).



Capítulo I: Aspectos Teóricos y Metodológicos.

1.1 Planteamiento del problema:

El sector turístico en los últimos años ha venido incrementando los ingresos al país, según datos del informe de la Cuenta Satélite de Turismo del Banco Central De Nicaragua (2011), el aporte del sector al PIB nicaragüense fue de 5%. Para enero del 2015 la presidenta ejecutiva del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), Mayra Salinas, oficializó que la economía nacional en 2014 percibió 445.4 millones de dólares, pero para cumplir con lo establecido en el documento emitido por el INTUR¹ se requeriría crecer 54.9 por ciento, equivalente a 244.6 millones de dólares.

Durante los últimos cinco años, el PIB ha tenido de promedio un crecimiento de 4.62 %, habiendo aportado en hoteles, restaurantes y comercio un 13.23 %, para el año 2013 el turismo en Nicaragua generó 28.000 nuevos puestos de trabajo, en total dio empleo a 168.000 personas, según la presidenta ejecutiva del Instituto Nicaragüense de Turismo, INTUR, Mayra Salinas. En 2014, creció a un 6.5 por ciento respecto al año anterior.

La industria de turismo de Nicaragua está adquiriendo reconocimiento internacional debido a su belleza natural, seguridad, hospitalidad y calidad de vida así como por el desarrollo de proyectos de infraestructura y la ley de incentivos para la industria junto con la belleza natural del país, los niveles altos de seguridad, la hospitalidad y la alta calidad de vida. Siempre en el año 2014 INTUR aprobó US\$46 millones para el desarrollo de proyectos turísticos, este apunta a mayor crecimiento ya que la industria turística nicaragüense espera para el 2015 recibir 1 millón 412 mil visitantes, y captar US\$440 millones como efecto de esta actividad que genera unos 330 mil empleos, manifestó Silvia de Levy, presidenta de la Cámara Nacional de Turismo de Nicaragua, CANATUR.

¹ Boletín Estadístico, INTUR 2014



La Cámara Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Turística, CANATUR, calcula que en este país existen 10,000 micros, pequeñas y medianas empresas turísticas, de las que 6,625 (66.25%) están inscritas ante el INTUR y 3,375 (33.75%) permanecen al sector informal, es decir, que no pagan Seguro Social, tampoco cumplen con el salario mínimo ni cubren riesgos laborales.

Según cálculos del presidente de CANATUR Leonardo Torres², el año pasado las MIPYMES turísticas, formales e informales, generaron US\$252,6 millones, es decir, el 60% de los US\$421 millones que dejó el turismo en ingresos. Para Torres, muchos dueños de los negocios turísticos se resisten a incorporarse al sector formal porque creen que pagarán más impuestos.

Agregó que en mayo CANATUR presentará al Gran Ducado de Luxemburgo una solicitud para financiar un censo y así cuantificar la cantidad de empresas turísticas que hay en Nicaragua y cuántas pertenecen al sector informal.

Por ahora, las cifras de CANATUR que tienen como base los registros del INTUR, indican que las MIPYMES turísticas formales generan 40,550 empleos, incluidos 22,000 para mujeres.

El INTUR, sin embargo, solo registra a 428 empresas turísticas en el sector informal, una cifra que para Torres “no es cierta”, tomando en cuenta que para CANATUR hay 3,375 pequeños negocios en la informalidad, incluidos bares, restaurantes y hoteles.

A nivel nacional son muchos tipos de turismo que se practica dependiendo del potencial de la zona en la que se lleva a cabo. El turismo más representativo en Nicaragua es el de sol y playa, puesto que cuenta con dos zonas costeras, con playas casi vírgenes. Los porcentajes de turistas que vienen a nuestro país ha venido creciendo el 2011 entraron 1, 156,347 turistas y para el 2012 fueron 1, 414,310 respectivamente. En ese mismo año el inventario de habitaciones en Nicaragua ascendió a más de 10,235 unidades, distribuidas principalmente en los

²LA PRENSA, Entrevista. Martes 17 de febrero del 2015



departamentos de Managua, Granada, León, Región Autónoma Atlántico Sur (RAAS) y Rivas. Del total de habitaciones disponibles en el país, aproximadamente el 63 por ciento son clasificadas de carácter hotelero siendo la ciudad de Managua el único destino que ofrece establecimientos de categoría cinco estrellas.

El sector hotelero se ha venido desarrollando principalmente en la capital, donde mayormente se reciben turistas de negocios y se concentra el 46 por ciento de las habitaciones del país. Ciudades como Granada y León se han diferenciado por desarrollar los segmentos coloniales y naturaleza, gracias a la riqueza cultural que poseen y la belleza natural de sus alrededores, mientras que el departamento de Rivas y la costa Caribe reúnen en su mayoría establecimientos que atienden el segmento de hoteles playeros.

Considerando que únicamente el 35 por ciento de la oferta nacional de habitaciones brindan servicios de categoría media alta y que el viajero frecuente busca nuevos destinos que ofrezcan servicios de calidad, se plantea una oportunidad de inversión para proyectos hoteleros o de uso mixto que atiendan la creciente demanda de Nicaragua.

Por otro lado, La Ley para El Desarrollo de las Zonas Costera ha venido a contribuir el marco legal para el desarrollo de esta actividad, en su Arto. 2: establece como “Garantizar el acceso público a las costas para fines recreativos o de pesca, estimulando y regulando, en consecuencia, la inversión pública, privada o mixta, con énfasis en el desarrollo turístico”-sin embargo, hace falta una mayor aplicación de la ley, para evitar que el mercado vaya privatizado las mismas e imposibilitando a la población poder disfrutar de los beneficios públicos que ofrecen las playas.

Nicaragua ha dado pasos significativos para garantizar la seguridad ciudadana a los nicaragüenses y los visitantes, considerado uno de los países más seguros de Centro América, pero todavía hace falta más esfuerzos para luchar contra la



delincuencia y evitar otros males sociales ligados a la oferta turística que podían desprestigiar al país como destino turístico. Por lo tanto es muy importante que las empresas en coordinación con las instituciones del gobierno y policía consideren tomar acciones al respecto.

El fortalecimiento de la industria turística en Nicaragua se justifica desde los siguientes aspectos:

En el aspecto económico la sociedad en general se beneficiaría por que mejora su condición económica al haber más fuentes de empleo y obtener mayor capacidad de ingresos para cubrir sus necesidades básicas. Así mismo, al mantenerse la población ocupada disminuyen los niveles de delincuencia en el país, haciendo de este un lugar más seguro y atractivo como destino turístico a nivel internacional lo que haría dinamizar la economía.

Desde el aspecto social el turismo favorece el aprendizaje de otros idiomas extranjeros. No solo los turistas que viajan intenta 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 para que la atención a los turistas sea más apropiada y de mejor calidad. Estos aspectos generan un impacto positivo siempre y cuando no se rebase los límites entrando ya en las invasiones lingüísticas.

Desde este punto de vista la sociedad en general se beneficia desde el momento que se convierte en una necesidad, tal razón ha motivado al gobierno a apoyar más en la educación para los que desean laborar dentro del sector turístico tal es el caso de la Academia Nacional de Idiomas que ha implementado becas masivas para aquellos interesados en aprender inglés comunicativo en la cual no se paga nada y el becado recibe todo los materiales para su completa comodidad, también mencionar la Escuela Nacional de Hotelería donde se les enseñan los distintos servicios hoteleros y sobre restaurantes con el fin de brindar mejor calidad en la fuerza laborar de este sector así como la carrera de Turismo Sostenible de la UNAN-Managua que prepara licenciados preocupados no solo del turismo como



Contribución del sector Turístico nicaragüense en los aspectos económico, social y ambiental en los años 2009-2013.

actividad económica sino también con una visión amigable con el medio ambiente lo cual hoy en día es un servicio altamente demandado eh importante en el país.

En el aspecto cultural los turistas que visitan otro país tienen la oportunidad de visitar las diferentes culturas que hay en cada zona turística y además para los que brindaba el servicio tienen la oportunidad de convivir con extranjeros que de alguna forma aprendían nuevas cosas. El turismo es una puerta que permite difundir la cultura de nuestro país y conocer la riqueza cultural de otros y posicionarlo como destino turístico. Es decir, se debe procurar conocer otras culturas sin descuidar ni olvidar la nuestra más bien buscar cómo fortalecerla.

En el aspecto ambiental, Nicaragua posee una amplia gama de lugares que se pueden aprovechar como destino turístico, la belleza escénica de sus lagos, parques, ciudades coloniales, lagunas, ríos, montañas, y playas, siempre y cuando haya una vigilancia por parte de las autoridades y pobladores para conservar el medio ambiente, evitar posibles focos de contaminación.



1.2 Formulación del problema:

¿Está la industria turística contribuyendo fuertemente al incremento del PIB, a la generación de empleo a la población; a la preservación de expresiones culturales, tradiciones, religiosas, y a la conservación del medio ambiente?



1.3 Sistematización del problema:

- ¿Existe un marco legal para el desarrollo turístico en Nicaragua?
- ¿Cuáles de las estrategias del PNDH dirigidas al sector turístico en Nicaragua?
- ¿Se está promocionando adecuadamente al país como un destino turístico?
- ¿Qué políticas de fomento está desarrollando el gobierno para el impulso del sector turístico?
- ¿Cómo se desarrolla el Cluster Turístico nicaragüense?
- ¿Cuáles son los servicios turísticos que ofrece el país?
- ¿Cuánto aporta el sector turístico al PIB?
- ¿Cuánto empleo genera el turismo en Nicaragua?
- ¿Se está promoviendo en Nicaragua la práctica de un turismo sostenible?
- ¿Cuál es el plan estratégico de INTUR?
- ¿Cómo contribuye INTUR a la preservación del medio ambiente?
- ¿cómo contribuye INTUR a la difusión y preservación de la cultura y tradiciones del país?



1.4 Objetivo general:

- Valorar las contribuciones del sector turismo a la economía nicaragüense en el periodo 2009-2013.

1.5 Objetivos específicos:

- Precisar el marco legal e institucional del sector turismo.
- Valorar el papel que juega el Estado en el desarrollo del turismo en Nicaragua.
- Describir el aporte económico y social de la actividad turística en los años 2009-2013.
- Evaluar los aspectos ambientales del sector turismo en la economía nicaragüense en el periodo 2009-2013.



1.6 Justificación.

El turismo tiene muchas variantes, va desde el turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación, entre otros. Así como diferentes segmentos que lo demandan entre ellos son jóvenes, familias, tercera edad, amigos, etc.

Independientemente de las posibles variantes que haya del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales:

El primero es aquel que tiene que ver con la reactivación económica del país donde se realiza. Así, todos los países y regiones del planeta consideran el turismo como una de sus actividades económicas generadoras de empleos, mediante la construcción de obras de infraestructura, de apertura de establecimientos gastronómicos y hoteleros, así como por el crecimiento de los servicios del transporte aéreo, terrestre y marítimo. Obviamente, hay regiones en el mundo que están catalogadas como puntos de turismo importantes y dinámicos, esto tendrá que ver con la atención e importancia que cada país le puede prestarle a esta actividad.

El segundo pilar, es el sociocultural cuya importancia reside en el hecho de que es a través suyo que el ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos.

Esta investigación se realiza con el fin de valorar las contribuciones del sector turismo a la economía nicaragüense en los ámbitos económico, social y ambiental. Así como determinar cuál ha sido el papel del estado en el impulso del sector turístico y mostrar cuales son las políticas de fomento implementadas.



1.7 Marco conceptual:

El Turismo: es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o personas que por motivos de recreación, descanso, cultura y salud se trasladan de un lugar de residencia habitual a otro en el cual no se ejerce ninguna actividad lucrativa ni remunerada para el turista, generando interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

María del Rocio Portugal³ dice que una ciencia que tiene características específicas propias, separada de las demás ciencias, pero que en su estudio como fenómeno, el turismo se auxilia de las otras ciencias. El turismo lo componen un conjunto de conocimientos sistemáticos y articulados, aplicados al desarrollo de los destinos turísticos y recursos naturales de la región.

El Sector turístico: es aquella actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas —agricultura, construcción, fabricación— y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas.

Turista, es toda persona que viaja a un destino principal, distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios y otro motivo personal) que no sea la de ejercer una actividad remunerada en el país o lugar visitados.

Los motivos que originan la realización de un viaje se agrupan en seis categorías recomendadas por la Organización Mundial de Turismo: ocio y/o vacaciones, visita a familiares y amigos, negocios y motivos profesionales, tratamientos de salud, religión, peregrinaciones, etc.

El turismo se tipifica según el lugar de residencia, desde el punto de vista económico, y el destino en el cual el turista realiza su actividad. Esto origina los

³ María Portugal, Introducción al Turismo. Managua, Nicaragua 2008.



flujos turísticos que se describen a continuación y que se ejemplifican para el caso de Nicaragua:⁴

- a. **Turismo receptor:** son 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.
- b. **Turismo interno:** son las actividades que realizan los visitantes residentes dentro del territorio económico del país de referencia. Por ejemplo, el turismo interno correspondería al que realizan en el territorio nicaragüense aquellas personas que residen en este país, sean estos nicaragüenses o extranjeros.
- c. **Turismo emisor:** son las actividades que realizan los residentes de un país en otros territorios económicos, como el caso de los residentes en Nicaragua que viajan al exterior. Sin embargo, las actividades vinculadas al viaje, las cuales se realizan con anticipación a este, dentro del territorio nicaragüense se consideran parte del turismo interno.
- d. **Turismo sostenible:** Aquella actividad turística respetuosa con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencia entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

Desde el punto de vista económico tenemos:

El PIB turístico: es un índice que tiene como objetivo aportar información sobre el crecimiento del sector turístico y su aportación a la economía.

⁴ Conceptos y definiciones básicas del turismo, Boletín Estadístico, INTUR, 2014.



El mercado turístico: es donde fluyen la oferta y la demanda de productos y servicios turísticos. Un mercado turístico está compuesto de compradores y vendedores. Los vendedores ofrecen diferentes clases de productos y servicios que se pueden ajustar a las diferentes necesidades y motivos de compra de los compradores, por lo cual, es necesario reconocer y clasificar a estos últimos en grupos o segmentos claramente diferenciados.

La demanda turística: La demanda turística la componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por factores internos a ella, como las motivaciones que animan a viajar; externos, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc.

Oferta turística: está integrada por aquellos elementos que atraen al turista a un destino determinado y satisfacen todas sus necesidades, así podríamos indicar como componentes de la oferta los recursos turísticos, la planta turística (conjunto de empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y transportes y los elementos institucionales sobre los que se desarrolla.

Desarrollo Humano: el desarrollo humano es un proceso que aumenta las opciones y la libertad de las personas, permitiéndoles alcanzar un mayor nivel de potencial de habilidades y de bienestar.

Estado: es el conjunto de instituciones que ejercen el gobierno y aplican las leyes sobre la población residente en un territorio delimitado, provistos de soberanía, interna y externa.

Desarrollo económico local: entenderemos se entiende aquel proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en un territorio, conduce a la mejora de bienestar de la



Contribución del sector Turístico nicaragüense en los aspectos económico, social y ambiental en los años 2009-2013.

población de una localidad o una región, siempre y cuando la comunidad sea capaz de liderar el proceso de cambio estructural.

Divisas: se refiere a la moneda extranjera, es decir, una divisa será toda aquella moneda empleada en una nación o región ajena a su lugar de origen.

Cluster turístico: Un cluster está formado por un grupo de compañías e instituciones interconectadas asociadas en un campo particular y próximo, geográficamente unidas por prácticas comunes y complementadas.



1.8 Marco teórico:

Cárdenas (1999) en su libro **“Turismo, desarrollo y sostenibilidad”** expresa: “El turismo se ha convertido para muchos países en instrumento y factor de desarrollo económico en general. En otros, sólo ha logrado contribuir al crecimiento económico sectorial, en tanto que los beneficios no se han distribuido de manera equitativa”.

Por lo tanto el turismo es el desplazamiento de las personas de manera no permanente fuera de su residencia habitual a otro lugar con motivos diferentes, que no implique remuneración.

Blacutt Mendoza (2007) en su libro **“El desarrollo Local Complementario”** citando a Porter (1995) sobre las Teorías de las Ciudades Interiores que “el desarrollo de estos distritos no requiere de caridades, o de incentivos artificiales por parte del gobierno. Todo lo contrario, requiere el desarrollar las ventajas competitivas y negocios que induzcan al desarrollo”. De acuerdo a Porter, las principales ventajas de los distritos interiores en los Estados Unidos son: la localización estratégica (alrededor de distritos más grandes y ricos); la potencial demanda local no explotada por los negocios de los propios distritos interiores; la integración con clúster regionales (existentes en los distritos vecinos a los distritos interiores) y los recursos humanos.

Viñals en el libro de **“Factores de Desarrollo Turístico”(2002)** explica que “el desarrollo de un lugar se debe considerar no la afluencia turística de visitantes sino el bienestar generado por la actividad turística, es decir el número de óptimo de visitantes de acuerdo a los recursos ambientales de la zona, la capacidad de la población local de organizar y orientar el desarrollo turístico y la definición de productos y servicios que se adapten a la cualificación de las necesidades de la población local, que ha de ser la máxima beneficiaria del proceso turístico, considerando además los intereses de generaciones futuras”. (pagina, 85)



Según este autor existen condicionantes a considerar que permiten el desarrollo turístico, siendo las siguientes (Ibid, p. 134):

- Infraestructuras y servicios generales: accesibilidad, tráfico, transporte público, abastecimiento de agua, limpieza y recogida de basuras, alumbrado público, asistencia sanitaria, seguridad ciudadana, etc.
- Aspectos relacionados con el medio ambiente: saturación del destino, conservación medioambiental del entorno, contaminación acústica, etc.
- Equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos, áreas recreativas, oferta comercial, oferta cultural, y de ocio, profesionalidad de los trabajadores del sector turístico y gestión turística.

El autor considera no sólo el aspecto de territorio, también incluye la calidad de vida de la población y la protección del patrimonio:

- 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

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2004) publicó en este mismo año una guía de indicadores para evaluar el desarrollo sustentable de un lugar entre las que se encuentra:

- El grado de satisfacción local con el turismo
- Los efectos del turismo en las comunidades locales.
- El grado de satisfacción de los turistas.
- La estacionalidad del turismo
- El empleo local
- La gestión de la energía
- La disponibilidad y conservación del agua
- La calidad del agua potable



Contribución del sector Turístico nicaragüense en los aspectos económico, social y ambiental en los años 2009-2013.

- El tratamiento de residuos (gestión de aguas residuales)
- La gestión de residuos sólidos (basura)
- El nivel de desarrollo turístico
- El grado de intensidad de uso

Esta guía será el referente que nos permitirá hacer uso de los principales indicadores del sector turístico.



1.9 Diseño Metodológico

Tipo de Investigación

El presente trabajo investigativo según su enfoque es cuali-cuantitativo o enfoque mixto, ya que dentro del mismo 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 general del sector, la cual permitirá conocer la dimensión de la misma y sus condiciones físicas, 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, 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, como por ejemplo: la aplicación de encuestas.

La dimensión del presente estudio es en el mediano plazo abarcando un periodo de 5 años, entre 2009-2013 en Nicaragua.

Técnicas e Instrumentos.

Se utilizaron fuentes secundarias como son libros, documentos, páginas web y entrevistas para recopilar todos los datos y a su vez analizarlos para quedarnos con los que eran necesarios y de interés para este trabajo. Además de análisis y puntos de vista propios.



Análisis y procesamiento de datos.

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



Capítulo II. Marco legal e institucional y Generalidades del Turismo en Nicaragua.

Este capítulo presentará² el marco legal e institucional y los aspectos Generales de la actividad turística en el país, su concepto, clasificación, leyes y componentes de la misma todo con el fin de explicar el esfuerzo que se ha realizado para cumplir con las normativas de desarrollo que han venido planteando en las distintas condiciones que Nicaragua tiene en su legislación.

2.1 Marco Legal para el Desarrollo del Sector Turismo

Ley 495, ley General del Turismo Aprobada el 2 de Julio del 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 los sectores públicos o privados lo anterior citado en el artículo 1 de dicha ley. 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 al Instituto Nicaragüense de Turismo INTUR como la máxima autoridad, en la cual, las actividades de los sectores públicos y privados serán reguladas por INTUR citado en el artículo 2 de la misma ley.

La Ley del turismo presenta capítulos en los cuales se aborda elementos fundamentales que indican cómo debe desarrollarse el turismo en Nicaragua.

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 de los objetivos establecidos 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 02 de junio de 2010 se aprobó la Ley 724, Ley de reforma parcial a la ley 495, Ley General del Turismo publicada 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 art. 20 expresa que Los representantes del Sector Privado, serán elegidos de ternas presentadas al Presidente de la República. El Presidente los elegirá dentro del plazo de sesenta días de recibidas. El art 21 Sin perjuicio de lo establecido en el Capítulo IX de la Ley No. 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 T los cuales plantean que por mandato de la presente Ley, queda definitivamente prohibido en los establecimientos de la Industria Turística, regulados por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), 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. t) el Derecho de Admisión es 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 en ningún caso pueda producirse



discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición.

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.



Ley 306. Ley de incentivos a la industria turística Publicado en La Gaceta, Diario Oficial, No. 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 (INTUR) 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 actividades turísticas en el país y el otorgamiento de los beneficios de esta Ley.

Los demás Ministerios de Estado Entes Autónomos de dependencias estatales, que tengan relación permanente y coyuntural con la actividad turística nacional, prestarán la colaboración requerida y necesaria para respaldar al INTUR e impulsar el desarrollo. El Banco Central de Nicaragua (BCN) 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 INTUR, 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 Conexos, 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 de 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 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 al país del Turismo Especial.



Ley para el desarrollo de las zonas costeras Ley 690 Aprobada el 4 de Junio del 2009 Publicada en La Gaceta No. 141 del 29 de Julio de 2009.

Esta Ley es motivada por la crítica situación que presentan las costas frente a la posesión atípica de amplias zonas costeras y riberas de los mares, ríos, lagos y lagunas en gran parte del territorio, donde las playas del país han sido cerradas por cercas o por construcciones que colindan con las aguas del mar, de los ríos, de los lagos, de las lagunas y como consecuencia los nicaragüenses no pueden usarlas y disfrutarlas cuando existen normas legales que están vigentes y tipifican la titularidad del Estado sobre las costas y riberas expresadas en la Constitución Política de la República de Nicaragua y en el Código Civil, que garantizan el libre acceso para los nicaragüenses y extranjeros a las costas nicaragüenses.

La Ley tiene por objeto regular el uso y aprovechamiento sostenible y garantizar el acceso de la población a las zonas costeras del Océano Pacífico y del Mar Caribe citado en el artículo 1 de la presente ley. No obstante esta Ley y sus parámetros técnicos se relacionan mayoritariamente con las zonas costeras marítimas, también tiene por objeto garantizar el acceso y disfrute de la población a las costas de los grandes lagos Cocibolca y Xolotlán, lagunas cratéricas, lagos artificiales que hayan sido o sean creados o adquiridos por el Estado y de las islas marítimas y lacustres, que tengan población permanente.

Asimismo, esta Ley establece el régimen jurídico para la administración, protección, conservación, uso, aprovechamiento turístico y desarrollo sostenible de las zonas costeras, en las cuales se interrelacionan los diversos ecosistemas, procesos y usos en el espacio continental e insular, sin detrimento y menoscabo de los diferentes regímenes de propiedad que la Constitución Política de la República de Nicaragua, el Código Civil y las leyes garantizan.



Plan Nacional de Desarrollo Humano PNDH 2012-2016.

En el PNDH se plantea a 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 desea estimular la inversión público-privada en el sector para mejorar la oferta turística enfocándose en las empresas familiares, comunitarias y cooperativas.

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 estos objetivos mediante lineamientos:

1. Posicionar al país como destino turístico
2. Desarrollar las capacidades de las MIPYME
3. Promoción del crédito a las MIPYME turísticas.
4. Incremento de la oferta turística, mejorando la infraestructura y calidad de servicios
5. Fomento de turismo comunitario, ecológico y cultural.
6. Promoción del turismo interno
7. Fomento al aumento de las inversiones turísticas
8. Fortalecimiento de las rutas turísticas.



2.2 Historia del Turismo en Nicaragua.

Desde el origen del hombre, éste se ha visto impulsado a trasladarse de un lugar a otro por diferentes intereses y necesidades: caza, pesca, religión, salud, guerras, ocio, etc. Poco a poco se han ido facilitando estos viajes debido al desarrollo de la tecnología, lo cual ha aumentado el porcentaje en los viajes tanto en el ámbito nacional como internacional, esto ha traído como consecuencia el desarrollo de muchos países a base de esta industria.

El desarrollo del turismo no se da de un sólo golpe, éste se desarrolla poco a poco a medida que se descubren nuevos destinos turísticos. Se puede afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del siglo XIX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad y de enorme expansión.

Antes de 1979.

En el Terremoto del 1972 ocurrió primera interrupción en el proceso natural de desarrollo turístico de Nicaragua. Afectación de la infraestructura de Managua como Centro Principal de Recepción y Distribución de Turistas.

La Guerra de Agresión sufrida por Nicaragua en los años 80s se convierte en la segunda interrupción del proceso natural de desarrollo turístico. La prioridad del desarrollo estaba puesta en la defensa de La Soberanía Nacional. A pesar de ello se creó una oferta de turismo social (Centros Turísticos y El Velero, además de expresiones como Las Brigadas de Solidaridad y Relacionados)

Durante esta etapa se inicia una aparición accesoria de servicios turísticos no articulados a una oferta sistémica de turismo, ni respondiendo a la existencia de una demanda real de estos.

La existencia de productos turísticos estaba asociada principalmente a Granada Ciudad, al Volcán Masaya y a León Ciudad. Los productos turísticos no formaban



parte de una estructura de desarrollo temática y territorial que respondiera a un modelo de desarrollo turístico proyectado a corto, mediano o largo plazo.

Los canales de comercialización turística, como tour operadores eran mínimos. Predominó la existencia de Agencias de Viajes quienes concentraban su oferta en la venta de boletos aéreos. Estas, en la mayoría de los casos sustituían la labor de las Tour Operadoras.

Periodo de 1980-1990

La notoriedad de Nicaragua en el exterior era asociada exclusivamente con La Guerra, por lo que no figuraba como un destino elegible por la demanda turística de los países emisores de América y Europa. El turista intrépido que llegaba salía de la derrama de Costa Rica a San Juan del Sur, Ometepe y Granada, y regresaba haciendo ese mismo recorrido.

Periodo de 1990-2006.

El turismo experimentó sus primeros pasos, pero concentrados en promover los Mega-Proyectos, Los Enclaves y La Gran Inversión a costa de la privatización y enajenación del patrimonio nacional, no logrando impactar en la economía nacional. Los enclaves no distribuyen el gasto turístico, lo concentran. Captan divisas pero las repatrian a otros países. El empleo que generan es de tipo accesorio y no digno, entre otros inconvenientes.

En 1990 se registraron 106,000 llegadas de turistas y 12 millones de dólares en ingresos por turismo, en 2006 se consiguieron 749.184 llegadas de turistas con unos ingresos por valor de 230.6 millones de dólares.

Periodo de 2007 hasta la actualidad.

En 2007 el turismo inicia una etapa de establecimiento ordenada y planificada con enfoque de desarrollo local en congruencia con la vocación humana que inspira al



Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional. Esta visión se ha venido afinando desde entonces.

En el primer año de Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional 2007, se logró un crecimiento de un 6.8% en llegadas de turistas (799,996) y un 10.6% en generación de divisas (255.1 millones de dólares) respecto del año anterior 2006. Se generó una cifra de empleo de 113,384 para un crecimiento del 11.3% respecto del año anterior 2006.

En 2007 se encontraron necesidades de transformación del sistema turístico tales como:

- Incremento y diversificación de la demanda turística: Vender más y en más mercados de origen, especialmente en los más rentables (Europa, EE.UU y Suramérica) y dar impulso al mercado nacional.
- Desarrollo, mejoramiento y diversificación de la oferta turística: Mejorar en cantidad, calidad y variedad la capacidad de acogida de turistas.
- Fortalecimiento de la administración turística nacional: Tener un sistema de gestión turística eficaz que apoye el desarrollo del turismo en todo el país.
- Desarrollo y consolidación de la organización del sector privado: Ayudar a las MIPYMEs turísticas a que compitan ofreciendo mejores productos y servicios

2.3. Tipos de Turismo.

Para describir de manera concreta los tipos de turismo se toman en cuenta las motivaciones de las personas para decidirse a realizar un viaje, es fundamental conocer por tanto las características como las expectativas de los consumidores y por otra parte poder saber qué ofrecerles, pues ellos forman parte muy importante dentro de los segmentos del mercado de un país. Dentro de todos estos tipos de turismo a continuación se mostrará los que tienen más presencia en las distintas regiones del país.



El turismo cultural: se fundamenta en la utilización o conversión de bienes patrimoniales (naturales o culturales) y de producciones culturales en recursos de atracción turística, ha estado identificado por el investigador en turismo Richards, como uno de los elementos clave del “nuevo turismo”, que tiene que remplazar el “viejo” turismo de masas, de forma que, el “nuevo turismo” se tiene que caracterizar por la sensibilidad cultural y el respeto al medio ambiente. Este autor lo define como el que permite aprender sobre la cultura de destino y adquirir experiencias nuevas según las formas de cultura que consumen.

El turismo cultural no solo se refiere a sitios o monumentos, si no que se encuentra estrechamente relacionado con el concepto de cultura. Si aceptamos que la cultura es el conjunto de aquello que las personas piensan (actitudes, creencias, ideas y valores), hacen (modelos de comportamiento, estilos de vida) y han construido (productos culturales), entonces la cultura se compone de procesos (las ideas y los estilos de vida de la gente), y de los resultados de estos procesos (construcciones materiales, entorno, costumbres...). Considerando esto, el turismo cultural también implica, además de la concepción tradicional de visitar sitios y monumentos, el ejercicio del estilo de vida de los sitios visitantes.

El Departamento de Carazo fue relanzado como Potencial Turístico Nacional e Internacional por las autoridades del poder ciudadano de los distintos municipios y el Gabinete de Turismo, conformado por distintas empresas e instituciones entre las que figura el Instituto Nicaragüense de Turismo.

Entre los atractivos más importantes del pequeño departamento de Carazo están sus dos ciudades principales y sus costas en el Océano Pacífico, en las que hay playas con infraestructuras, otras en estado natural y un importante refugio de vida silvestre. La mayoría de sus centros urbanos se ubican en una amplia planicie en el Noreste, la cual desciende poco a poco hasta el mar provocando que un clima bastante fresco sea el predominante para sus habitantes.

La ciudad de Diriamba resulta ser uno de los destinos más interesantes de la región, tanto por su simpático casco urbano de centro neocolonial como por sus



vistas fiestas populares, durante las que se pueden apreciar algunas de las más bellas danzas tradicionales del país, como la comedia-bailete El Güegüense o Macho Ratón, el Toro Huaco, El Viejo y la Vieja, Las Inditas y El Gigante. Tiene restaurantes y hoteles, y en su área rural hay bonitas cascadas más la reserva natural La Máquina.

Otros atractivos caraceños destacados son las playas repartidas en sus tres municipios costeros: La Boquita -con su centro turístico- y Casares en Diriamba; Huehuete y Tupilapa en Jinotepe; y en Santa Teresa el Refugio de Vida Silvestre Río Escalante-Chacocente, que comprende un amplia área protegida y en cuyas costas anidan varias especies de tortugas marinas, entre ellas la paslama que llega en arribadas masivas.

El departamento tiene 8 municipios y como cabecera a la ciudad de Jinotepe, que también tiene un bonito centro histórico neocolonial, además de restaurantes, bares y una discoteca. Además de la extensa zona rural donde hay fincas productivas, están también otros simpáticos poblados como San Marcos, Santa Teresa, El Rosario, La Conquista, La Paz y el pequeñito Dolores.

Turismo de sol y playa: El turismo comúnmente denominado de “sol y playa” ha sido y sigue siendo la modalidad que mayores flujos de pasajeros propicia a escala internacional. Se trata de un tipo de turismo, donde el poderoso atractivo del mar, junto con unas buenas condiciones climáticas, constituyen una motivación de viajes vacacionales y de descanso de primer orden.

Entre otra de las atracciones turísticas más importantes de Nicaragua se destacan las playas que se en las costas con 305 km en el pacifico y 450 km en el atlántico. Se aprecian playas de arenas oscuras en las regiones volcánicas, playas vírgenes con arenas blancas y aguas prístinas.

Junto a las playas se pueden apreciar la abundancia de vida salvaje en los refugios y reservas naturales. Los turistas son atraídos por diversas actividades que dan lugar las condiciones naturales de playas específicas como surfing y



windsurfing. Otro atractivo de las playas del pacifico; se debe a la expansión de la actividad hotelera y de resorts. En cuanto a las playas del caribe son reconocidas por su abundancia de naturaleza virgen donde se pueden apreciar arrecifes de coral y aguas cristalinas.

A continuación se proporciona una lista de las playas más reconocidas y recomendadas para vacacionar:

- Pochomil: situada a 60 km de Managua, es una playa de fácil acceso y de mucha popularidad con locales, se encuentran muchos restaurantes en sus costas que ofrecen mariscos frescos.
- Montelimar: está a 65 km de Managua y consiste en playas blancas y un resort de cadena de hoteles Barceló. Es considerada una de las playas más bellas y completas de Centroamérica.
- La boquita: es muy atractiva durante la época de vacaciones y se encuentra a 70 km de la capital. Ofrece la más atractiva afluencia turística con un complejo turístico con hoteles elegantes, restaurantes de talla mundial, bares, clubs. Aun con su actividad comercial se considera una de las playas más limpias del país.
- San Juan del Sur: localizada a 130 km de Managua, es sin duda la playa más visitada de Centroamérica. Combina las actividades de deportes acuáticos como surfing, windsurfing, pesca, snorkeling, buceo, entre otros. Ofrece una variedad de hoteles, restaurantes, bares y clubs.
- Las peñitas: situada a 20 km al oeste de León, es una playa tranquila clama donde se puede apreciar el sol y el mar en un ambiente pacifico.
- Playa la flor: a 20 km de San Juan del Sur, es reconocida por ser un refugio de vida silvestre de variedades de tipos de tortugas, las cuales vienen entre los meses de julio y enero a poner sus huevos en la playa. Esta playa es uno de los 5 lugares en el mundo donde estos animales realizan este ritual anualmente.⁵

⁵ Nicaragua: Democracia, Economía y Desarrollo, Revista Dracma, abril 2014, Numero 04, Año 8, pág. 32-33.



Turismo Rural Comunitario: es toda actividad turística desarrollada en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para el beneficio de la comunidad, siendo la cultura local un componente clave del producto.⁶

El Turismo Rural Comunitario es una actividad cada vez más relevante en Nicaragua. En los últimos años, cooperativas y familias campesinas, comunidades indígenas y asociaciones de artesanos se han organizado y puesto en marcha iniciativas turísticas a lo largo de todo el país, desde el Pacífico a la Costa Caribe, del Norte al Sur. Es un turismo gestionado y promovido por la propia gente del campo que, sin abandonar sus actividades tradicionales, encuentra en este rubro una forma más de diversificar y complementar su economía. Todas estas iniciativas constituyen ya una propuesta turística alternativa para visitar Nicaragua de otro modo, de la mano de la gente del lugar.

Dentro del turismo rural comunitario se da el ecoturismo el cual es un turismo ecológico el que busca conservar, preservar y mantener la naturaleza intacta pero que en ella se da una actividad turística, normalmente este tipo de turismo se da en la reservas en las biosferas, en el sistema nacional de áreas protegidas (SINAP).

2.4 Importancia de la actividad Turística.

El turismo en Nicaragua se ha convertido en una de las principales actividades económicas que dinamiza la economía del país ya que mueve grandes masas de turistas, nacionales y extranjeros y hoy en día el turismo mundial representa una industria de más de dos billones de dólares y para Nicaragua empieza a ser uno de los rubros de mayor crecimiento, para Nicaragua la inserción en el mercado

⁶ Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario, Ministerio de comercio exterior y Turismo, viceministerio de turismo, www.turismoruralperu.gob.pe



turístico mundial es clave en su economía y para esto la diversificación y complementariedad del producto turístico es fundamental.

Importancia económica.

- ✓ Generador de divisas.

En la actualidad, el turismo se ha constituido en la principal actividad generadora de divisas en algunos países, por lo que su impacto en la economía nacional es evidente y cualquier cambio en este sector nos afectaría notablemente.

Para que tenga una idea de su importancia, observe el siguiente cuadro de las posiciones de los principales rubros de exportación según el valor de las divisas que genera al país:

Cuadro No. 1. Posición de los Principales Productos de Exportación según Divisas Generadas
(Serie 2009 - 2013)

Escala.	2009	2010	2011	2012	2013
1	Turismo	Café	Café	Café	Oro
2	Carne	Carne	Carne	Oro	Carne
3	Café	Turismo	Turismo	Carne	Turismo
4	Lácteos	Oro	Oro	Turismo	Café
5	Mariscos	Lácteos	Azúcar	Azúcar	Azúcar
6	Oro	Marisco	Lácteos	Lácteos	Lácteos
7	Maní	Maní	Mariscos	Maní	Mariscos
8	Frijol	Frijol	Frijol	Mariscos	Maní

Fuente: Elaboración propia, Boletín Estadístico del INTUR, 2013.

En el cuadro No. 1 se presenta la posición según divisas generadas de los principales productos de exportación en el periodo 2009-2013. Al inicio del periodo, el turismo se ubicó en la escala 1 para este año este significó la principal actividad generadora de divisas con \$ 344.4 millones de dólares lo cual obtuvo



una tasa de crecimiento del 11.1% con respecto al año anterior 2008 que generó \$ 301 millones de dólares.

En 2010 el turismo se posicionó en la escala número 3, tuvo una caída superada por las exportaciones de café y carne que ocuparon los primeros lugares. Para el año 2011, el turismo se mantuvo en la misma posición siendo superado por los mismos productos de exportación que conservaron la posición del año anterior respectivamente. Para el año 2012 este sufre una caída hacia la escala 4 del cuadro ya que el oro tuvo una recuperación a la escala 2 lo que hizo deslizar las entradas de divisa por la carne y siendo el café líder de este año. En lo que respecta a 2013 el turismo presenta una recuperación tras la caída del café, posicionando al oro y la carne en la primera y segunda escala respectivamente.

- ✓ Diversificación de la economía.

En el desarrollo de la actividad turística se requiere la participación de otros sectores de la economía que aportan bienes y servicios; como son la agricultura, la pesca, la ganadería, el transporte, la construcción y la industria manufacturera, entre otros. Por esto decimos que reactiva otros sectores económicos.

- ✓ Aumento del costo de la vida (inflación).

A pesar de su efecto multiplicador en la economía, la actividad turística también provoca aumentos de precios según la demanda que exista por ciertos bienes y servicios locales, es decir inflación. Algunos productos suben tanto de precio que no son accesibles para algunos sectores de la población.

Aspectos sociales.

- ✓ Generador de empleo.

Como se trata de una actividad de servicios, el turismo posee una capacidad de generar puestos de trabajo a una tasa más alta que otros sectores económicos.



El impacto económico del turismo al contribuir enormemente a la creación de empleo. La actividad turística es una industria que depende en gran medida del factor humano, por lo que es obvio que favorece la creación de empleo. Este tipo de empleo puede ser: directos e indirectos.

Empleo directo: como gasto de los visitantes en instalaciones turísticos ejemplo: hoteles.

Empleo indirecto: Involucra al sector turístico, pero no como resultado directo de divisas turísticas, ejemplo: alcaldía, policía, etc.

- ✓ Desarrollo de regiones rurales.

Muchos atractivos turísticos se encuentran en zonas o regiones que durante años han sido lugares olvidados por las políticas de desarrollo de un país.

Cuando estos atractivos son introducidos como productos al mercado turístico, se genera una dinámica socioeconómica que permite también incluir esas regiones en las prioridades de desarrollo nacional.

Las municipalidades reciben mayores ingresos por impuestos territoriales, patentes, incremento del valor de los terrenos y permisos de construcción.

Aspectos ambientales.

- ✓ Conservación de recursos naturales.

Como los recursos naturales representan nuestro principal atractivo turístico, ya sea en su conjunto (ecosistema) o individualmente (especies raras, endémicas, etc.), se estimula el establecimiento de diferentes formas de protección de los recursos, como áreas protegidas nacionales o privadas, zoológicos, viveros y centros de rescate, entre otros.



Nicaragua cuenta con unas 2,242,200 de suelo protegido o cerca del 20% del territorio nacional. Las áreas protegidas son territorios que poseen una belleza o unas características únicas que se deben de conservar. El país cuenta con un sistema de áreas protegidas (SINAP), el cuál es administrado por el MARENA (Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales).

Actualmente hay 78 áreas protegidas en Nicaragua. Papel de las áreas protegidas nicaragüenses en la biodiversidad. Muchas áreas protegidas del país protegen grandes extensiones de biomas fragmentados en otras partes del país y/o de la región. Tal es el caso de la mayoría de áreas protegidas en las costas del Mar Caribe y en las montañas del norte y centro del país.

Una de las áreas protegidas más importantes, tanto para Nicaragua como para toda la región, es la Reserva de Bosawás (declarada Reserva de la Biosfera). Esta reserva se extiende por una zona de 2,000,000 se ha (de las cuáles 840,817.57 ha están estrictamente protegidas en una reserva biológica y cinco reservas naturales) y alberga la segunda mayor extensión de selvas umbrófilas en el Hemisferio Occidental, en esta reserva convergen la fauna del Norte y del Sur de América y se estima que el 10% de las especies del planeta se encuentren en Bosawás.

También hay áreas protegidas en el país cuya importancia es la preservación de especies endémicas, tal es el caso del Volcán Mombacho en el que hay varias especies endémicas de salamandras y orquídeas. En resumen, las áreas protegidas juegan un papel fundamental en la protección de la flora y la fauna del país, además de proteger ecosistemas degradados en otros puntos del país.⁷

- ✓ Investigación científica.

Al ser nuestros recursos naturales atractivos turísticos de gran valor económico, se promueven investigaciones científicas con el propósito de manejarlos en una

⁷ Recuperado el lunes 23 de marzo del 2015 (<http://osirismelisanicaragua.blogspot.com/2011/08/listado-de-las-areas-naturales.html>)



forma más responsable. El turismo ha incrementado el conocimiento de los ecosistemas o especies silvestres específicas, a partir de estos estudios.

✓ La biodiversidad.

Comprende la necesidad de salvaguardar las áreas silvestres protegidas. Pero no es bueno abusar de las riquezas biológicas de lugares como Manuel Antonio, Braulio Carrillo, Tortuguero y Corcovado. Nuestro deber es procurar el uso racional de las zonas protegidas.

✓ Contaminación.

Pero la actividad turística también causa diversos tipos de contaminación:

- Visual: Causada por el mal planeamiento de las construcciones para hoteles y publicidad con vallas gigantes

Por desechos sólidos y líquidos:

Debido a las malas prácticas en cuanto a la disposición de los desechos. Esto incluye desde tirar la basura en los sitios que se visitan hasta la carencia de sistemas adecuados para el tratamiento de desechos en las localidades turísticas, hoteles y restaurantes, entre otros.

- Sónica:

Se refiere a cualquier actividad programada para turistas que genere ruido, como por ejemplo la música para eventos masivos.

- Cambios alimentarios de especies silvestres:

En sitios naturales donde el atractivo principal es una especie silvestre fácil de observar o acercarse, es común que los visitantes alimenten a los animales. Esto causa como consecuencia el cambio alimentario de esa especie y, por consiguiente, trastornos serios en la salud.



2.4 Oportunidades de Inversión en el sector.

El siguiente cuadro muestra el total de proyectos que se han aprobado bajo la Ley 306 en el periodo estudiado y el monto de los mismos y posterior los segmentos del país en los que se puede invertir.

Cuadro No. 2.

Proyectos en el sector turístico de Nicaragua 2009-2013.		
Año.	No. De proyectos.	Monto total de la inversión (millones de US \$)
2009	28	133.83
2010	28	133.94
2011	38	120.92
2012	49	38.84
2013	42	77.82

Fuente: Elaboración propia, Boletín estadístico del INTUR, 2013.

Según el análisis de estos datos la mayoría de los proyectos al ser divididos por departamentos son ejecutados en la ciudad de Managua y en segundo lugar Granada y van destinados al sector de la industria hotelera y también en la infraestructura y equipamiento conexo, claro está con el fin de seguir mejorando la cantidad y la calidad del alojamiento ofertado al país, por lo cual el número de hoteles y plazas (camas) han venido mostrando tasas de crecimientos, esto se profundizará y mostrara de manera más amplia en el siguiente capítulo.

Segmento de Negocios.

Este segmento está conformado por hoteles localizados en la ciudad de Managua. Reconocidas marcas hoteleras como Intercontinental, Crowne Plaza, Holiday Inn, Hilton y Barceló lideran este segmento con servicios categoría cinco y cuatro estrellas. Actualmente, este segmento cuenta con aproximadamente 1,954 habitaciones.



Segmento Sol y Playa.

San Juan del Sur, localizado en el departamento de Rivas se destaca en este nicho por sus espectaculares playas reconocidas mundialmente para practicar el surf, su clima tropical durante todo el año y sus costos competitivos de tierra así como su proximidad con Costa Rica. La costa Pacífica presenta mayor ventaja sobre el Caribe por su accesibilidad a playas a tan solo una hora del Aeropuerto Internacional Augusto C. Sandino. Sin embargo, el Caribe es el destino por excelencia para disfrutar de playas de arena blanca y agua clara en destinos paradisíacos como Corn Island, Little Corn Island y los Cayos Miskitos.

Segmento Colonial.

Este segmento lo representan las ciudades de León y Granada que ocupan el primer lugar como destino más visitado por los turistas que llegan a Nicaragua. Presentan una gran oportunidad por su único atractivo cultural y natural y cercanía a Managua. En ambas ciudades se han desarrollado principalmente hoteles boutique y hoteles de categoría de una hasta cuatro estrellas.

Segmento Naturaleza.

La mística y exuberancia de los atractivos naturales del norte del país, Río San Juan y el Lago de Nicaragua convierten a estas regiones en sitios ideales para invertir en hoteles tipo boutique, ecológicos y de montaña. Además de que es necesario mejorar infraestructura y carreteras puesto que hay lugares en condiciones casi inaccesibles para los turistas que desean llegar.

Segmento Salud.

Se están realizando esfuerzos por promover el turismo médico en Nicaragua considerando la competitividad en precios y calidad de los servicios que pueden obtenerse en el país comparado a Estados Unidos para algunas especialidades de la medicina. El Hospital Metropolitano Vivian Pellas, localizado en Managua, es



uno de los cuatro establecimientos de salud certificados por la Joint Commission International en la región centroamericana.

Adicionalmente, los departamentos de Chinandega, Granada, León y Managua con sus fuentes de aguas termales, resultan de interés para el segmento de spa, tratamientos medicinales y/o belleza⁸.

Desarrollos de Uso Mixto.

En Nicaragua, los principales desarrollos de uso mixto se localizan en el suroeste de la costa Pacífica, específicamente en la ciudad de San Juan del Sur, la región de Tola y Popoyo. Adicionalmente, existe un importante núcleo de desarrollo en las costas del departamento de Managua. Estas áreas en conjunto concentran un poco más del 80 por ciento de los desarrollos inmobiliarios relacionados al turismo en el país.

San Juan del Sur es el destino más reconocido del país en desarrollos de uso mixto, recibiendo la mayor cantidad de turistas y de promoción por parte de los medios de comunicación, y por ende el líder en la lista de precios en el mercado de bienes raíces.

La costa del Pacífico de Managua se caracteriza por contar con precios más competitivos. Varios proyectos de uso mixto están planeados en esta zona, incluyendo tres campos de golf profesionales diseñados por renombradas personalidades de esta industria, tales como Jack Nicklaus, Mike Young y Tommy Haugen, por lo que desde ya se perfila como un destino de golf premier. Todos estos proyectos se benefician de su proximidad al Aeropuerto Internacional Augusto César Sandino, localizado a una hora aproximadamente.

Por otra parte, las playas de Tola y Popoyo atraen a inversionistas por sus playas vírgenes y belleza natural; el área también es muy visitada por surfistas debido a las excelentes condiciones para practicar este deporte. Las playas de Nicaragua

⁸ Turismo, Nicaragua crezcamos juntos, www.PRONicaragua.org, pág. 7-9



Contribución del sector Turístico nicaragüense en los aspectos económico, social y ambiental en los años 2009-2013.

han sido catalogadas entre las mejores del mundo para el surf, de acuerdo a diferentes publicaciones internacionales.

Se puede observar que el sector turístico nicaragüense poco a poco ha ido desarrollándose y creciendo en todos sus ejes, a través del apoyo del sector público y privado en aspectos sociales, ambientales y económicos. Se ha podido aprovechar el potencial con el que Nicaragua cuenta y a su vez promocionar de mejor manera al país como un destino turístico seguro, económico y de calidad, esto se ve reflejado en un impacto positivo a nivel micro y macro como ejemplo están las mejoras en la infraestructura de los destinos y la mayor afluencia de turistas en el país generando mayores empleos y entradas de divisas todo esto dentro de un marco legal activo y en pro del desarrollo económico del país.



Capítulo III: Importancia del turismo en el desarrollo de la economía.

En el presente capítulo se mostrarán los aspectos meramente económicos del turismo, describiendo a este como una actividad de carácter económico a su vez una explicación y análisis de los elementos que conforman el mercado turístico en el país y el valor agregado que este genera, mostrando como este sector se convierte en una fuente de empleo finalizando con la importancia de la formación de profesionales en esta actividad.

3.1 El Turismo como actividad económica.

El turismo tiene ventajas comparativas bien específicas sobre otras actividades productivas. Depende de insumos que son netamente del patrimonio nacional, tal como los atractivos naturales, históricos, culturales y sociales. Su carácter es directamente exportador. Como actividad económica genera productos, divisas, empleo e inversiones. Necesita de grandes cantidades de mano de obra, disminuyendo estructuralmente el desempleo.

Grafico No. 1.



Fuente: Elaboración propia, Datos de Boletín estadístico del INTUR y BCN.

El gráfico anterior presenta el comportamiento de Divisas que generó la actividad turística durante el periodo 2009-2013. Se puede observar el incremento de



Contribución del sector Turístico nicaragüense en los aspectos económico, social y ambiental en los años 2009-2013.

divisas que anualmente entran al país por medio de la actividad turística en especial en los últimos cinco años. Para el año 2009 el monto de las divisas que ingresaron al país por parte de la actividad turística fue de \$334.4 millones de dólares en cambio, en el año 2010 sufrió una leve disminución de -0.077% obteniendo así un monto de \$308.5 millones de dólares. En 2011 esa cifra aumento a \$378.1 millones de dólares logrando una tasa de crecimiento de 0.23%. Para el año 2012 el número de divisas incremento por segundo año consecutivo obteniendo así un monto de \$421.5 millones de dólares sin embargo en 2013 se presentó una ligera disminución en la entrada de divisas generadas por el turismo cerrando el periodo con \$417 millones de dólares.

Las divisas generadas por el gasto de los turistas al crecer también hacen crecer 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 nuestra moneda 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.

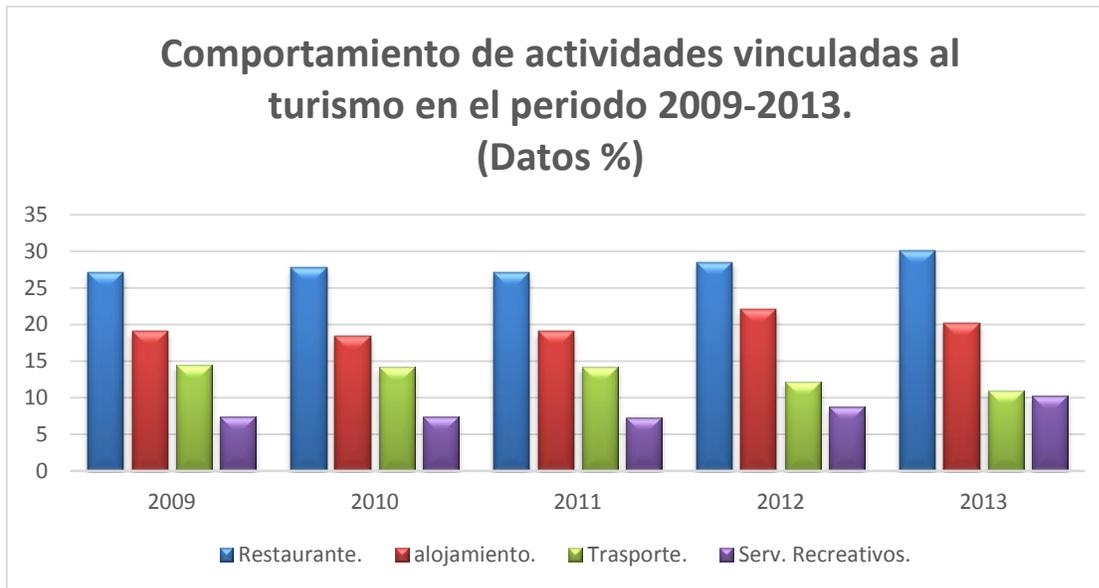
Cuando se habla de una industria, frecuentemente se comete el error de reducir el análisis a sus partes más visibles. En el caso del turismo, con frecuencia se estudia en detalle la hotelería. Sin embargo, otras industrias turísticas relacionadas como son las de transporte, alimentación, atracciones, “tour” operadores, servicios de apoyo y capacitación deberían analizarse con mayor intensidad, si lo que se pretende es desarrollar el sector como un “cluster” competitivo a nivel internacional.

Por las relaciones intersectoriales existentes, genera indirectamente producto, empleo e inversiones a través de otros sectores de la economía. Puede tener un



impacto importante en el nivel de competitividad, eficiencia y rentabilidad de las empresas turísticas.

Grafico No. 2



Fuente: Elaboración propia, Datos de Cuenta satélite de Turismo 2009-2013.

Las actividades que se mostraron en el gráfico anterior son parte de lo que se podría denominar el cluster turístico de Nicaragua, ya que son las empresas que brindan los distintos servicios para complementar y hacer más fácil el desarrollo y la accesibilidad de la actividad turística en el país, claro está que intrínsecamente las motivaciones son las que mueven a los turistas, a visitar a Nicaragua, de las cuales las que más relevancia tienen para este estudio son aquellas que tienen una relación directa con la cultura, naturaleza y aventura, por lo cual es importante analizarlas y darles el debido seguimiento.

Las actividades vinculadas al turismo aportaron el 74.0 por ciento de la producción para uso turístico. Dentro de estas actividades, se destacó por su aporte, la actividad de restaurantes (30.1%), seguida de servicios de alojamiento (20.2%), transporte (11.0%) y servicios recreativos (10.2%). En cuanto al dinamismo observado, las actividades de mayor expansión fueron restaurantes, hoteles y los servicios recreativos (13.4%, 11.4% y 10.5%, respectivamente). En conjunto,



Contribución del sector Turístico nicaragüense en los aspectos económico, social y ambiental en los años 2009-2013.

aquellas industrias que tienen vínculos indirectos con el turismo y que se denominan industrias conexas y no específicas representaron el 26.0 por ciento a la producción turística, dentro de estas industrias se incluye la comercialización de artesanías.

Cuadro No.3. Comportamiento del consumo turístico (Datos en %)

Consumo turístico	2009	2010	2011	2012	2013
Consumo Interno	33.7	38.8	33.8	40.8	42.3
Consumo Receptor	37.6	35.6	40.6	37.7	34.7
Consumo Emisor	28.7	25.5	25.5	21.5	23

Fuente: Cuenta satélite de Turismo 2009-2013.

El turismo interno mostró un aumento en su participación dentro del consumo turístico total, pasando de 40.8 por ciento en 2012 a 42.3 por ciento en 2013; en tanto, el consumo turístico receptor presentó una disminución de 3 puntos porcentuales, al pasar de 37.7 por ciento de participación en 2012 a 34.7 por ciento durante 2013. De igual manera, el turismo emisor muestra una mayor participación (23.0%) en comparación con el 21.5 por ciento mostrado en 2012. El consumo turístico interior (receptor más interno) alcanzó los 23,010.8 millones de córdobas, lo cual representa un crecimiento del 10.9 por ciento, impulsado por el crecimiento del consumo interno (17.2%).

Es necesario valorar los beneficios económicos que surgen de la inversión de dichos recursos en el turismo comparándolos con los beneficios que se obtendrían si estuvieran destinados a otro uso (que puede incluir incluso su no utilización) debido a las dificultades existentes para evaluar los costos de oportunidad correctamente, éstos suelen ser ignorados a la hora de planificar y desarrollar la actividad turística.



Si los costos de un proyecto turísticos no se valoran, no se estarán valorando ni previendo sus impactos negativos. La caída de la demanda turística afecta la economía en general. Dada la interdependencia existente entre el turismo y los demás sectores de la economía, las frustraciones de la demanda turística pueden traer consigo otros problemas adicionales a un destino turístico. No hay que olvidar que la demanda turística es muy sensible a las variaciones de los precios, a los cambios en las tendencias económicas y a los cambios políticos, etc.

El turismo puede traer consigo en muchas ocasiones inflación, eso es debido a que los turistas suelen tener un poder adquisitivo importante, que les permite afrontar la subida de los precios de los productos y servicios ofrecidos en el destino, precios que son aumentados por lo proveedores locales para obtener más beneficios en Nicaragua. Este costo negativo derivado de la actividad turística suele producirse en los países en vías de desarrollo, que generalmente sufren limitaciones de capital, más que los países desarrollados que tienen una mayor capacidad económica y que generalmente no dependen del capital de inversión extranjera. El sentido de este costo hay que entenderlo relacionando la actividad turística con otros sectores económicos. Esto se produce cuando el desarrollo turístico se concentra en una sola región, dejando otras zonas aisladas sin posibilidad de que se desarrollen económicamente en cualquier otro sentido.

Por ejemplo cuando un destino turístico con numerosas facilidades laborales atrae a los trabajadores de otros sectores económicos, en donde existen mayores problemas, privándoles del capital humano necesario para su desarrollo. (Esto está ocurriendo principalmente en el sector agrario). La naturaleza de la actividad turística es el resultado complejo de interpretaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos básicos interrelacionados entre si y que evolucionan dinámicamente.



La demanda turística la conforman turistas, viajeros y visitantes, tras este término se encuentra un grupo heterogéneo de personas, un agregado de personalidades con diferentes características e intereses tales como: sociales, económicos, recreativas, por esta razón es importante identificar las características, para facilitar la elaboración de estadísticas y así poder formular estrategias adecuadas de mercadeo en Nicaragua.

El desarrollo turístico evoluciona a la par del país y de las políticas dirigidas al desarrollo de esta actividad. Dentro de este contexto Nicaragua impulsa transformaciones importantes en su desarrollo de infraestructura para estimular el crecimiento económico; mantener niveles de estabilidad política y social para reducir la percepción de riesgo del país y se convierta en un centro de oportunidades para la inversión interna y externa directa, lo cual tendrá un efecto de crecimiento en el turismo.

Así mismo, las políticas de incentivos que dirige el Gobierno, el apoyo a la pequeña industria turística, y una política intensiva de posicionamiento del país en la economía mundial, está siendo decisivo para lograr la promoción turística, que genere efecto multiplicador en las actividades económicas, genere empleo y promueva en consumo, para el objetivo global del PNDH de erradicar a la pobreza.

3.2 Mercado turístico (Oferta y Demanda turística).

El mercado turístico, es el rubro económico que engloba a todas las compañías que comercializan productos y servicios vinculados a los viajes. Este mercado suele tener ofertas asociadas al ocio, pero también a los viajes por negocios, estudios y otros motivos.

Hoy en día, el mercado turístico es una de las principales industrias a escala mundial. Su realidad incluye el turismo de masas (con grupos de personas



movilizados por un operador turístico) y el turismo individual (los individuos que organizan sus itinerarios y actividades sin la intervención de un tercero).

Oferta Turística.

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

La oferta básica se compone de:

Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con q cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folklórico, y son la motivación principal de la visita.

Infraestructuras: Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puerto, etc.

Empresas turísticas: prestan el servicio directo al turista. Ej. Empresas de transporte, alojamiento, etc.

La oferta complementaria se compone de: Restaurantes, bares, teatros, instalaciones deportivas, otros.

Ampliar la oferta actual y elevar su nivel mejorando la existente, desarrollar una oferta de servicios diversos, de forma que se incremente la estancia y el gasto promedio del turista facilitando además la distribución de los beneficios del turismo como también situar a Nicaragua como un destino turístico reconocido entre los mercados internacionales por sus atributos y confiabilidad es lo primordial. Para ello se prevé mejorar, nuestra intervención en los mercados de Norteamérica, Suramérica, Europa y Asia para incrementar los flujos, atrayendo nuevos segmentos de mercado con mayor propensión al gasto y focalizando las acciones



más a segmentos de mayor gasto, sin dejar de consolidar el mercado emisor Centroamericano son las metas del desarrollo turístico sostenible.

El país debe apuntar a mejorar la oferta que le brinde mayor rentabilidad y que demanda más servicios (de parte del turista) para sacarle mayor provecho a este, e insertarse en el turismo de reuniones o de negocios, por ejemplo, es una de las apuestas que debe tener en agenda el país de cara al crecimiento económico que está teniendo la economía nicaragüense, este segmento no ha crecido por la falta de oferta de infraestructura en el país.

Las diferentes rutas turísticas del país se dieron a conocer en la II Feria de Verano Mipymes 2013, en la que participaron 354 pequeñas y medianas empresas que presentan sus diferentes servicios en las vacaciones de Semana Santa.

“El desarrollo de la oferta turística nacional pasa necesariamente por el desarrollo de las Mipymes turísticas, por lo tanto el desarrollo de la calidad, la diversificación y la oferta nicaragüense tiene que estar íntimamente ligada a la mejora de las capacidades y potencialidades que tienen nuestras Mipymes”, dijo Salinas⁹.

Hay turismo sostenible, hay turismo de aventura y esto promociona el turismo de Nicaragua, lo mismo que se está haciendo en el puerto Salvador Allende todos los días, la iniciativa del gobierno y del sector privado en conjunto es lo que lleva a Nicaragua adelante. Una de las ofertas está enfocada en las comunidades indígenas.

Para el año 2010 Nicaragua promocionó sus bellezas y destinos para el descanso y la diversión al turista internacional. Para este año en el segundo trimestre se realizó la Primera Feria Internacional de Turismo de Nicaragua, Fenitur 2010, que tenía como objetivo promover los atractivos naturales y culturales que ofrece el país, sirviendo como estrategia para posicionarlo como destino en los principales paquetes que ofrecen empresas de promoción del turismo mundial , lo cual fue de

⁹ Mario Salinas, ex ministro INTUR



gran ayuda al país porque como resultado se han visto muchas visitas y personas interesadas en conocer de nuestra cultura y costumbres .

El Instituto Nicaragüense de Turismo, INTUR, para el periodo antes mencionado desarrollo un financiamiento total de 13 millones de dólares, de los cuales el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, apporto como préstamo 10 millones de dólares para ejecutar un programa de desarrollo turístico destinado a mejorar sensiblemente la oferta turística, este proyecto estaba estructurado en tres componentes: el desarrollo de oferta turística estratégica mediante el apoyo al sector privado turístico local; y el fortalecimiento institucional a fin de mejorar, tanto la oferta de turismo de sol y playa de baja densidad.

El turismo en los últimos años ha tomado una posición significativa dentro del desarrollo social y económico de nuestro país. El potencial de que el turismo nacional dispone puede proporcionar ingresos adicionales relevantes y, en este sentido, conviene fortalecer la infraestructura física (hoteles, carreteras, transporte, etcétera) y paralelamente habilitar una infraestructura social bien calificada, que permita ofrecer servicios profesionales dentro de un contexto turístico atractivo, diverso, competitivo y eficiente.

De este modo, se espera que las instituciones designadas y aquellas vinculadas a este sector se involucren en una campaña de capacitación y concientización apropiada, a fin de ganar espacios y proyectar al país, tanto internamente como más allá de sus fronteras.

Por otra parte, la participación de los diversos medios de comunicación puede contribuir de forma significativa a promover el turismo nacional e ilustrar la importancia de este segmento, a través de los proyectos asociados, facilitando un mayor conocimiento y entendimiento a la población en general sobre una industria que no solo se dedica a ofrecer servicios, sino también a promover la imagen del país.



Asimismo, es deber de todas las personas interesadas en el desarrollo de un país, estar pendientes y evaluar de forma crítica las direcciones que tal progreso pueda tomar, puesto que si no se tiene claro los conceptos que forman esta industria, se puede terminar creando daños irreversibles al entorno y a nosotros mismos como entidad nacional.

Se observa en la actualidad que el turismo en el país está más orientado hacia la promoción de lo que se denomina turismo “3S”, abreviación del inglés de las palabras Sea, Sand, Sun (Mar, Arena, Sol) y a la vez las visitas de antiguas ciudades coloniales de importante valor histórico. Sin embargo, una de las adversidades que pueden surgir a largo plazo en un entorno donde la oferta es poco variada, sería el estancamiento de esta, debido a la falta de promoción de atracciones alternativas, ocasionando que zonas particulares del país se desarrollen más que otras, resultando en una práctica poco sostenible.

El turismo a nivel nacional genera muchos ingresos económicos, mejora la calidad de vida de las personas, exige que se mejoren infraestructuras, servicios, los departamentos dan a conocer sus culturas, se reconocen sitios de gran relevancia por parte de los organismos internacionales, se pueden aprender otros idiomas, etc. Asimismo despierta el interés de un desplazamiento de personas desde su lugar de residencia a otros, demandando una gama de servicios turísticos en el destino visitado, pero a todo destino se le puede presentar un momento de declive, debido a que los recursos no fueron utilizados de la mejor forma, es decir sin una planificación previa y tomando en cuenta consecuencias que se pueden presentar en un futuro no muy lejano.

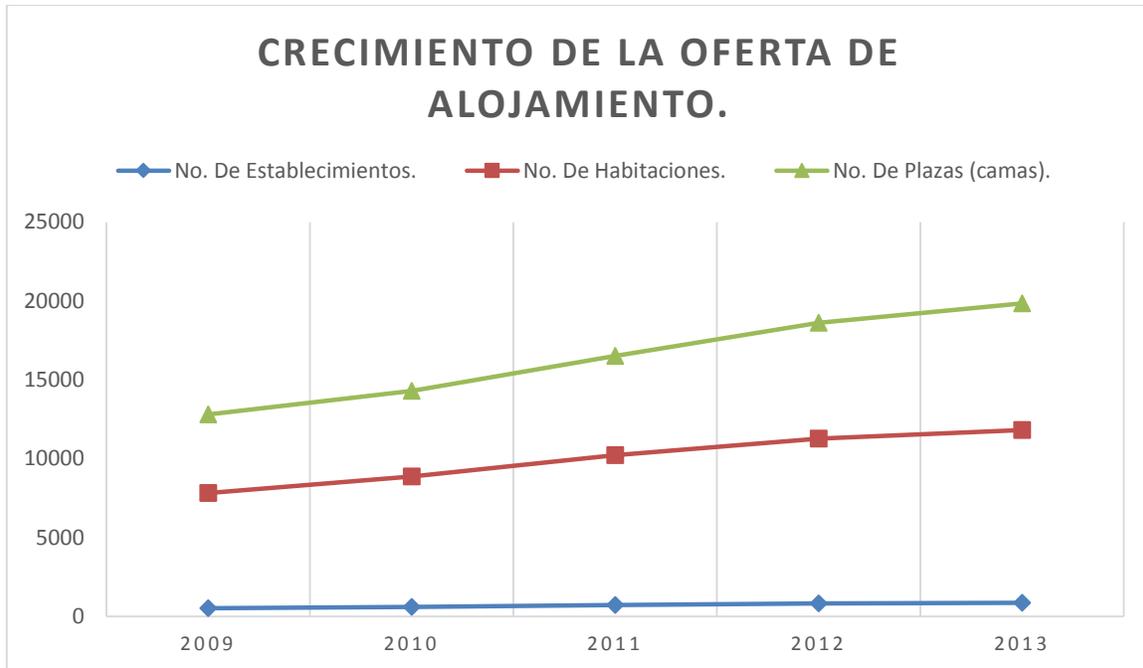
La idea del gobierno central es diversificar los productos turísticos que están ofreciendo las empresas de turismo, y en vez de vender uno o varios paquetes turísticos a un mismo destino, ahora se oferten los paquetes que son diseñados por los otros sitios turísticos de nuestro territorio. Lo cual se puede lograr siempre y cuando exista voluntad propia por el sector mixto existente entre las zonas.

Una manera de medir cuantitativamente la oferta turística es a través del número de establecimientos, habitaciones y camas con las que se cuentan en el país para



recibir a los distintos turistas que vienen de visitas cabe, destacar que por la creciente demanda se ha hecho esfuerzos a la hora de la realización de proyectos priorizando el sector hotelero y su infraestructura para así también aumentar la oferta de estos servicios.

Gráfico No. 3. Oferta Nacional de Alojamiento.



Fuente: Elaboración Propia, Datos de Compendio Estadística de Turismo, INTUR.

Esta oferta de alojamiento está dividida en 3 tipos: Hoteles, ATCNH¹⁰ y apartamento-hoteles en las categorías que van desde 1 a 5 estrellas y la mayor concentración de los mismos están en Managua con 166 establecimientos y 177 en Rivas (Ver cuadros 1y 2 en anexos).

¹⁰ ATCNH = Alojamientos Turísticos de Carácter no Hotelero.



Demanda Turística.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) la demanda turística se define como la cantidad total de personas que viajan o desean viajar para disfrutar de las facilidades y servicios turísticos ubicados en lugares diferentes al del trabajo o residencia habitual.

Nicaragua se ha convertido en un importante destino turístico no solo por su belleza natural sino por las medidas que ha tomado como los decretos sobre la facilitación de visados y la eliminación de visa a los costarricenses, por lo cual ha favorecido en el incremento de turistas internacionales al país, favoreciendo los viajes multidestinos de europeos q recorren los países de Centroamérica¹¹.

Otro aspecto a destacar es que Nicaragua ha conservado la ventaja de ser considerado como una oferta accesible al bolsillo para todos los turistas siendo un país atractivo en donde el turista puede disfrutar de su visita, es el país más seguro de Centroamérica.

La escritora de gran trayectoria y actual editora de Yahoo Travel, Leah Ginsberg, publicó un listado con las 10 razones por la que todos deberían visitar Nicaragua.

1- Menos conocido: La primera razón que destaca Ginsberg, es que es tan bello como Costa Rica pero menos turístico. “Nicaragua todavía es suficientemente fuera de lo común para los turistas como para sentirse aventurero”, asegura. Además llama a visitarlo ahora, ya que el número de turistas estadounidenses que viajaron en 2014 subió en un 10% en comparación al mismo periodo de 2013.

2- Los precios: Otro de los puntos es que es barato. Según la autora la comida y el hospedaje van desde un tercio a la mitad del precio que en Costa Rica. Como ejemplo, asegura que por 100 dólares la noche alguien se puede hospedar en un hotel o en una casona histórica en Granada.

¹¹ Referencia Boletín estadístico de turismo de Nicaragua No.20, Pág. 24



3- Nuevos hoteles: Aunque en Nicaragua hay muchas opciones para hospedarse por poco dinero, también existen nuevos lugares más lujosos. Ginsberg destaca Jicaró Island Ecolodge y Mukul Resort and Spa como dos buenas opciones de lujo.

4- Los volcanes: Otra razón para visitar Nicaragua son sus “maravillosos volcanes”. La experta en viajes explica que el país es conocido por sus 50 volcanes como el Mombacho que es uno de los más famosos. También menciona el Masaya, Momotombo, San Cristóbal, Maderas en Ometepe y el Cerro Negro.

5- Surfear: Realizar surf en San Juan del Sur también fue destacado en la publicación. Se recomiendan las playas Yankee, Maderas y Remanso para los amantes del surf.

6- Turismo voluntario: Hacer turismo al mismo tiempo que se hacen trabajos voluntarios también es una opción en Nicaragua. Ginsberg pone como ejemplo la Comunidad Connect que permite que los viajeros se hospeden en casas de locales y hagan trabajos voluntarios para la comunidad, y también La Esperanza Granada, que entrega educación a los niños de la ciudad.

7- Escenas de Survivor: Otra recomendación es visitar las playas donde se filma la temporada 29 del reality Survivor como Playa Hermosa, Mixtocal y Escamequita.

8- Bosques nublados: Se destacan dos bosques cubiertos por nubes, uno en el Volcán Mombacho y otro en el Volcán Maderas en Ometepe.

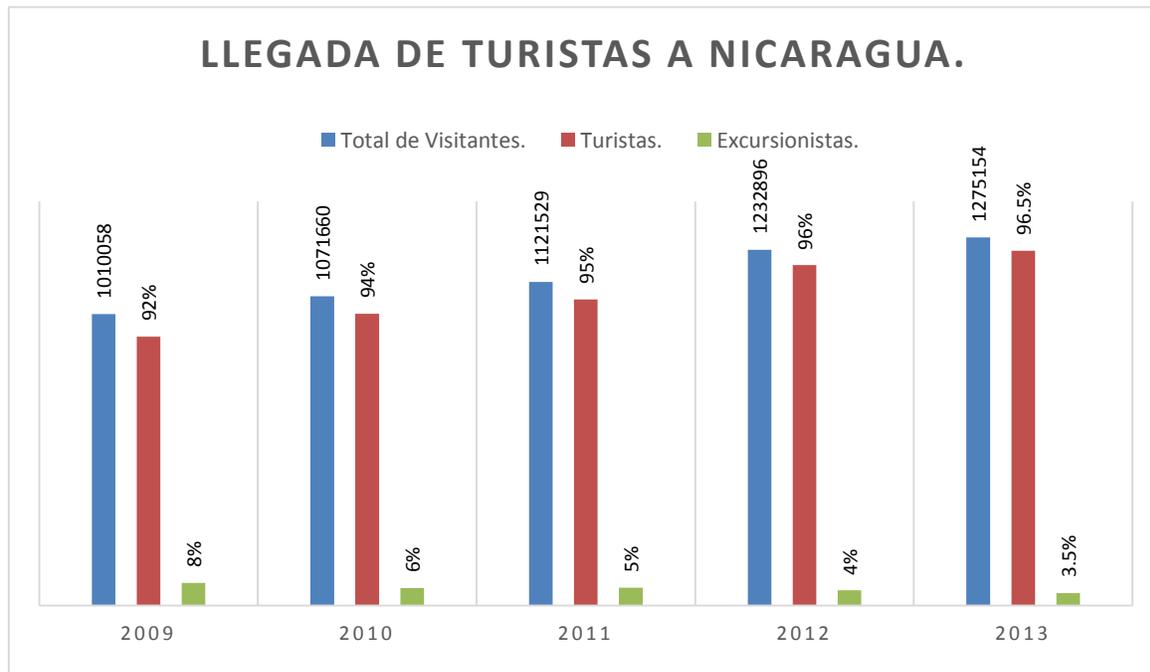
9- Medicamentos: Uno de los tips más llamativos es visitar la farmacia durante el viaje a Nicaragua. Según la escritora, se pueden encontrar medicamentos más baratos y se pueden comprar sin receta médica. Pero se advierte a los turistas que no intenten llevar las pastillas de regreso con ellos en el avión.

10- Es seguro: Ginsberg asegura que mucha gente todavía tiene la visión de sandinistas, contras e inestabilidad política que caracterizó a Nicaragua el siglo XX. Pero la periodista destaca que según la encuesta Gallup, ahora es el país más seguro de Centroamérica y el segundo más seguro de toda Latinoamérica.



Pudiendo corroborar esto en el siguiente gráfico que muestra el crecimiento de la llegada de turistas a Nicaragua en el periodo de estudio.

Gráfico No. 4. Demanda Turística.



Fuente: Elaboración propia, Datos de Compendio estadístico de Turismo serie 2009-2013, INTUR.

La actividad turística genera grandes flujos de turistas a nivel internacional, impactando positivamente en el desarrollo de este sector en nuestro país, los mercados que más demandan a Nicaragua como destino turístico son Centroamérica (64.3% en promedio), Norteamérica (24.7% en promedio) y Europa (7% en promedio) y el 4% restante lo conforman los países de Suramérica entre otros, mayormente por vía terrestre, aérea y en menor grado por los cruceros (ver cuadro No. 4 en anexos).

Las tour operadoras juegan un papel primordial en la percepción de los turistas, ellas son los canales o medios de comercialización y comercialización del turismo, ya que son el principal medio de contacto entre el turista extranjero y los destinos o iniciativas turísticas. Cada tour realiza su segmentación



dependiendo de las temporadas, en verano se tiene mayor afluencia de europeos y norteamericanos en busca del turismo de sol y playa.

Las grandes tour operadoras como Shuvar Tour o Mundoventura su segmentación de mercado son los europeos, mientras que Guegüenses Tour y otras venden a centroamericanos lo que es el turismo de aventura y el de sol y playa.

En el cuadro No. 3 podemos ver que del total de visitantes que llegan a Nicaragua el mayor porcentaje es meramente de turistas y en un menor grado de excursionistas y que año con año estas cifras mejoran puesto que el turista como tal gasta más que el excursionistas que en si desiste de muchos gastos durante su estadía en el país por lo que no deja muchos ingresos al país durante su visita a los distintos destinos que se ofrecen (ver detalles en cuadro 3 de anexos). En el siguiente cuadro se presenta la descomposición del gasto de los turistas.



Cuadro No.4. Caracterización del Gasto de los turistas.

INDICADORES	AÑO.				
	2009	2010	2011	2012	2013
Clasificación del gasto.	100%	100%	100%	100%	100%
Servicios de alojamiento.	40.6%	27.6%	24%	29.4%	34.2%
Servicio de bares y restaurantes.	18%	21.2%	29.4%	29.5%	29.8%
Gastos en alimentos y bebidas.	8.0%	21.7%	12.3%	9.7%	7.7%
Servicios de transporte en el país.	16.2%	10.5%	12.7%	11.5%	11.7%
Servicios de alquiler de vehículo.	0.9%	1.7%	4.7%	2.3%	2.0%
Servicios culturales y recreativos.	2.3%	3.0%	1.7%	2.0%	1.1%
Compra de artesanías.	4.1%	2.6%	3.5%	2.7%	2.8%
Otros gastos según estructura de la CST.	9.1%	11.6%	11.8%	12.6%	10.8%

Fuente: Perfil del Turista que Visita Nicaragua, Boletín Estadístico del INTUR, 2013.

Los turistas los servicios que más demandan según este cuadro son los de alojamiento y los bares y restaurantes, juntos los dos llegan en promedio al 58% del total de los gastos en los que estos incurren.



3.3 Valor Agregado Turístico.

Posicionar productos en un mercado internacional de mayor poder adquisitivo requiere del cumplimiento de diversas normas que favorecen la introducción del producto en un mercado con mayor envergadura, por consiguiente aumenta su prestigio y su nivel de competitividad en relación al mercado nacional.

Estos parámetros de acceso consisten principalmente en exponer un producto de manera que cumpla con los estándares del mercado internacional al que se desea acceder, por lo que va fuertemente relacionado con los principios de mercado sobre valor agregado. Los requisitos necesarios para la inserción de un producto a mercados internacionales demandan del cumplimiento de aspectos como la calidad, la presentación, las condiciones sanitarias, etc.

Estos criterios pueden ser aplicados a cualquier tipo de industria, sin embargo resulta algo complejo al momento de identificarlos cuando se ofrecen servicios, en particular de carácter turístico, pues son productos intangibles y los métodos de medir el nivel de satisfacción del cliente no pueden ser observados de inmediato, por tanto, alcanzar complacer las expectativas de este en su plenitud, requiere de un servicio minucioso y personalizado.

Es precisamente en industrias con estas particularidades, las que más necesitan agregar valor a sus servicios, de forma que mejore o incorpore métodos innovadores; detalles extras que hacen de la oferta de un servicio turístico poco placentero a una completa experiencia en la que el turista se vea involucrado con su entorno y sienta satisfacción, gratitud y esté estimulado como para repetir y recomendar la experiencia.

Es por ello que para ofrecer un servicio integral que llene las expectativas del cliente, las industrias tienen que aumentar la dedicación y mantenerse actualizadas sobre los distintos sistemas de operaciones que mejoren la calidad de la oferta, así como constantes capacitaciones a su personal.



Estos elementos mencionados anteriormente, son más evidentes en la industria hotelera, donde además de ofrecer servicios de acomodación, es vital el concepto de agregar calidad y variedad en los servicios que ofrecen sus empresas. La innovación es vital para captar más clientes. Los diferentes servicios que ofrecen los hoteles, por ejemplo: agua caliente en las duchas, internet gratis, llamadas externas, secador de pelo, SPA, comedor, lavandería y un servicio plenamente personalizado, hacen la diferencia en la atención al cliente y por consiguiente mejoran la competitividad del mismo.

El objetivo es mejorar la calidad de los servicios ofrecidos de las Pymes nacionales para potencializar la eficiencia dentro de los mercados regionales e internacionales. Es necesario que en Nicaragua, sobre todo en la industria turístico-hotelera, las Pymes tengan en cuenta que innovar en sus servicios es una posibilidad que les permitirá aumentar sus ventas.

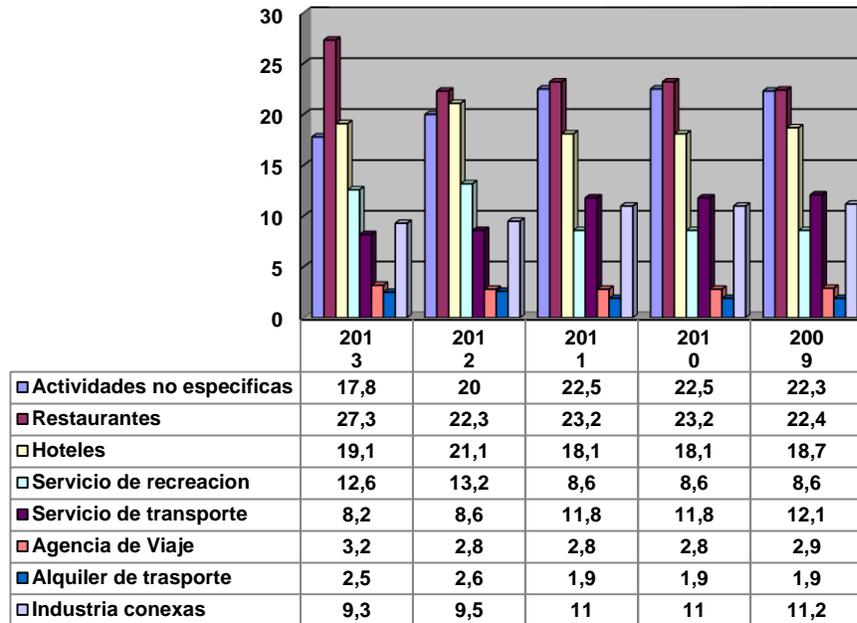
La inversión en tecnología e infraestructura no es tan determinante como la amabilidad y el costo del servicio. Un servicio eficaz ayuda a una compañía a maximizar los beneficios que, a su vez, genera un ciclo que impulsa a la inversión de la primera.

La capacidad competitiva de las pequeñas y medianas empresas en Nicaragua, se adquiere con capacitación continua. Es necesario recurrir a las instituciones competentes que estudian las actualizaciones sobre el mercado turístico y todos aquellos requisitos que harán de la empresa y el servicio turístico-hotelero nicaragüense un estándar de calidad internacional.



Gráfico No. 4.

Descomposición del VAT.



Fuente: Elaboración propia CSTN.

Este cuadro muestra las actividades que contribuyen a la generación de lo que es el Valor Agregado Turístico (VAT) de nuestro país, a través de un análisis de la serie 2009-2013 se puede observar que el que más aporta son los restaurantes seguidos de los hoteles respectivamente ya que son las variables con mayor demanda por parte de los turistas.

A continuaciones muestra la diferencia que hay entre el año 2009 y el año 2013, tomando esos dos años como inicio y final del proyectos que se está desarrollando, El VAT para el año 2009 fue de 5,978.7 millones de córdobas, lo que representa el 5.1 por ciento del valor agregado de la economía, superior al 4.9 por ciento que representó en 2008. Las industrias características del turismo aportaron el 66.6 por ciento del VAT en comparación con el 64.3 por ciento en



2008. Las actividades con mayor dinamismo fueron restaurantes (22.4 %), seguido de alojamiento (18.7 %) y los servicios de transporte de pasajeros (12.1%). Las industrias conexas y las no específicas aportan el 11.2 y 22.3 por ciento respectivamente. Cabe mencionar que dentro de las industrias no específicas se incluye el comercio al por menor y artesanía.

Para el año 2013, la participación del VAT en el valor agregado total de la economía fue de 4.2 por ciento, similar al 4.3 por ciento alcanzado en 2012. En la generación de valor agregado de manera detallada, dentro de las actividades características, se destacó el aporte de la actividad de restaurantes (27.3%), seguido de alojamiento (19.1%), los servicios de transporte de pasajeros (8.2%) y servicios de recreación (12.6%). Las industrias conexas y las no específicas aportaron el 9.3 y 17.8 por ciento, respectivamente.

3.4 Turismo como fuente generadora de empleo.

La industria de turismo de Nicaragua está adquiriendo reconocimiento internacional debido al desarrollo de proyectos de infraestructura y la ley de incentivos para la industria, junto con la belleza natural del país, los niveles altos de seguridad, la hospitalidad y la alta calidad de vida.

La importancia del turismo en la economía nicaragüense se debe a su representatividad en cuanto a la cantidad de empresas y del empleo que este genera. En los últimos años se han emprendido iniciativas para el desarrollo de estas empresas y para su inserción en la dinámica del mercado nacional en internacional.¹²

El turismo internacional es el mayor componente del comercio internacional. En las últimas dos décadas el turismo ha conocido un auge impresionante, emplea uno de cada nueve trabajadores.

¹² Díaz Tania, Sánchez Gilda, Las PYMES como base de la economía nacional. Managua, 5 de julio de 2011.

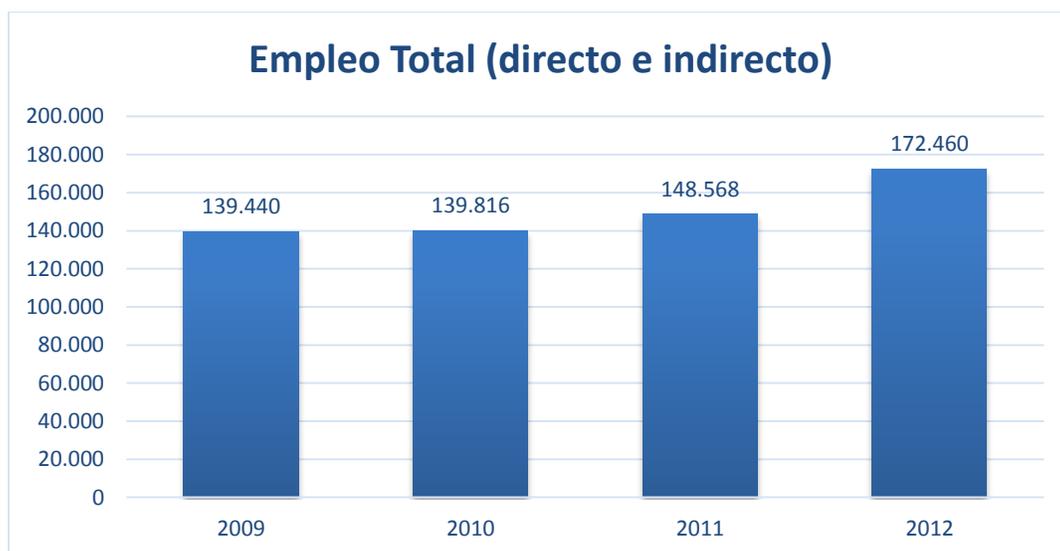


Entre el 2009-2010 se obtuvo un crecimiento del 26% en cuanto a la generación de empleo directo; en el 2010: 31,400 empleos directos y 117,000 indirectos. Hay un crecimiento de 3 mil empleos entre el año 2009 y el 2010, en el sector¹³.

Entre 2009 y 2013, se aprobaron 175 proyectos en el marco de esta iniciativa legislativa, proporcionando a inversionistas créditos fiscales y exoneraciones¹⁴.

El sector turístico ha generado 28,000 nuevos puestos de trabajo, y en total emplea a 168,000 personas en los últimos 12 meses. El incremento en la generación de empleos en el sector se debe principalmente a la existencia de nuevos proyectos hoteleros¹⁵.

Gráfico No. 5.



Fuente: Elaboración propia, Datos del INTUR.

¹³ Mario Salinas, ex Presidente INTUR. Entrevista canal 8 Managua, Nicaragua. Diciembre 20 del 2010

¹⁴ Notas de Prensa PRONICARAGUA. Marzo 6, 2014

¹⁵ Mayra salinas, LA PRENSA 17 de Junio 2013. Managua, Nicaragua



3.5 Importancia de la inversión en capital humano en el sector turístico.

Nicaragua posee gran variedad de atractivos turísticos y para su mayor aprovechamiento se debe invertir en la formación del capital humano. Es preciso ofrecerles una amplia gama de beneficios, comodidades y alternativas recreativas que sean de su gusto y agrado y por supuesto brindar un buen servicio, Para ello Nicaragua debe invertir en la capacitación y formación del personal, este debe ser capaz de comprender y analizar el entorno socioeconómico de la actividad turística a nivel nacional e internacional, debe tener conocimientos técnicos de administrar una empresa turística, deben ser profesionales creativos e innovadores con compromiso ético, moral y social con conciencia de preservar y conservar el medio ambiente y desarrollar el patrimonio cultural del país con capacidad de aprendizaje de otros idiomas para brindar mayor calidad y mejor servicio al turista.

La calidad debe entenderse como el esfuerzo continuo por realizar bien las tareas, finalmente se llega a lo que hoy en día se conoce como Calidad Total, un sistema de gestión empresarial íntimamente relacionado con el concepto de Mejora Continua. Los principios fundamentales de este sistema de gestión son los siguientes:

- Consecución de la plena satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente (interno y externo).
- Desarrollo de un proceso de mejora continua en todas las actividades y procesos llevados a cabo en la empresa (implantar la mejora continua tiene un principio pero no un fin).
- Total compromiso de la dirección y un liderazgo activo de todo el equipo directivo.



- Participación de todos los miembros de la organización y fomento del trabajo en equipo hacia una gestión de calidad total.
- Involucramiento del proveedor en el sistema de calidad total de la empresa, dado el papel fundamental de éste en la consecución de la Calidad en la empresa.
- Identificación y gestión de los procesos clave de la organización, superando las barreras departamentales y estructurales que esconden dichos procesos.
- Toma de decisiones de gestión basada en datos y hechos objetivos sobre gestión basada en la intuición.
- Dominio del manejo de la información.

Actitud de servicio este es un factor importante que más critican los clientes, y es el segundo más importante en su evaluación. Después del cumplimiento, las actitudes influyen en el cliente para que vuelva a nuestra organización. La atención, simpatía, respeto, amabilidad del personal, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindamos una gran atención.

El cliente califica qué tan competente es el empleado para atenderlo correctamente; si es cortés, si conoce la empresa donde trabaja y los productos o servicios que vende, si domina las condiciones de venta y las políticas, en fin, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para que usted le pida orientación. Muchos clientes saben bien lo que quieren comprar, pero aquellos que requieren de orientación o de consejos y sugerencias pueden no tomarlas en cuenta aunque sean acertadas si no perciben que quien los atiende es lo suficientemente competente.



La Empatía es otro factor el cual el cliente desea ser tratado como si fuera único, que le brindemos los servicios que necesita y en las condiciones más adecuadas para él y ¿por qué no? Que le ofrezcamos algo adicional que necesite; esto es, que superemos sus expectativas. Algo que buscan los clientes es un mayor nivel de comunicación de parte de la empresa que les ofrece un bien o un servicio, se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender.

Hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y honestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta. Una vez cumplamos con estos componentes básicos, podremos adicionar detalles extras que permitan agregar aún más valor y mayores niveles de satisfacción para nuestros clientes.

Para cumplir con los fines del turismo se requiere de personal técnicamente calificado y motivado, liderazgo eficaz, instalaciones, equipamiento adecuado, recursos financieros para afrontar las erogaciones del quehacer cotidiano y en especial las actividades de promoción, siendo esta última generalmente una cuestión compartida en forma conjunta con el sector privado.

Se pudo observar de manera clara como el Turismo es indispensable para el desarrollo de la economía, su captación de divisas a través del juego de la oferta y la demanda es crucial para tratar de estabilizar macroeconómicamente el país, todo es un círculo virtuoso: las divisas generadas por el turismo ayudan al fortalecimiento de las reservas internacionales y esto propicia también un apoyo a la balanza de pagos por medio de sus cuentas tanto corriente como de capital para evitar la insolvencia de la economía en sus compromisos con el sector externo además de generar empleo a la población nicaragüense por lo cual es vital seguir invirtiendo en el fortalecimiento de la fuerza de trabajo.



Capítulo IV: Turismo sostenible en Nicaragua.

El presente capítulo muestra lo que es el turismo sostenible en el país, ya que es necesario fomentarlo con el fin de preservar nuestros recursos en vez de depredarlos, el Plan Nacional de Desarrollo Turístico que está en coordinación con el PNDH muestra las distintas estrategias que se deben desarrollar para lograr este objetivo. También tocamos el TRC como alternativa de desarrollo socio-económica de las áreas rurales y que a la vez contribuye a la preservación del ambiente.

4.1 Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible de Nicaragua.

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible de Nicaragua tiene como objetivo aumentar la contribución del turismo al desarrollo socio cultural y económico nacional, aportando a la mejora de la calidad de vida de la población nicaragüense y a la reducción de la pobreza.

El plan nacional de desarrollo turístico sostenible 2011-2020 está estructurado por varios documentos, este nace así como el plan nacional de desarrollo humano que se orienta hacia la reducción de la pobreza enfatizando los sectores que dinamizan la economía y generan más empleo para mejorar la calidad de vida de las personas, este se centra en el desarrollo del sector turístico de Nicaragua donde se abordan las estrategias del desarrollo del turismo, el plan de marketing y planes de destinos turísticos como Granada, Masaya, Rio San Juan, la Costa Caribe, León y Rivas-Ometepe.

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible posee tres grandes lineamientos.

1. La preservación de los valores culturales de nuestra identidad nacional y el desarrollo humano.
2. Promoción de un turismo sostenible que garantice la generación de los recursos económicos a través del fortalecimiento y desarrollo empresarial de las MIPYMES turísticas.



3. La conservación del medio ambiente, biodiversidad y la implementación de medidas de adaptación al cambio climático.

Este plan se propone incrementar la participación de la actividad turística en la economía mejorando la competitividad de la oferta turística, a su vez, incrementando los ingresos de la población que se dedica al turismo mediante el empleo e iniciativas productivas, pretende conservar y revitalizar el patrimonio natural y cultural para el uso turístico de forma sostenible.

El desarrollo sostenible se define como aquél que atiende las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades. Esta definición toca dos puntos trascendentales.

- El primero es que el desempeño de las economías debe permitir que la población logre cubrir sus necesidades en el presente, es decir que haya crecimiento con desarrollo.
- Por otro lado la definición también propone que haya solidaridad intergeneracional o lo que es lo mismo que el sistema sea capaz de sostenerse en el tiempo, en tanto debe permitir que las generaciones venideras, puedan satisfacer sus propias necesidades.

La Organización Mundial del Turismo ha definido el desarrollo turístico sostenible como: el que atiende las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y, al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.



Estrategias del Desarrollo del Turismo.

1. Promoción e Inteligencia de Mercado

Esta Estrategia se vincula directamente con el Plan de Marketing Estratégico y con el accionar a nivel institucional y de las Direcciones que articulan la operatividad de la misma, sin perjuicio de lo cual, se considera que las acciones de mercadeo deben acompañarse de actuaciones que aseguren su eficacia a nivel externo e interno.

A nivel externo se pretende que Nicaragua sea reconocida en los mercados internacionales, promover el potencial turístico del país y convertirlo en un destino atractivo a los extranjeros, Orientando también la promoción de los destinos de Nicaragua al mercado interno sensibilizando a la sociedad nicaragüense sobre la importancia del turismo, utilizar mejores herramientas para promover el turismo como el uso de páginas web, redes sociales etc.

A nivel interno se necesita remodelar el Sistema de información turística, perfeccionar el Sistema estadístico nacional, sensibilizar al sector privado sobre la importancia de la información turística y obtener datos confiables y por último se debe cualificar en mercados turísticos para empresarios, emprendedores y prestadores de servicios.

2. Coordinación y Gestión

Se debe gestionar más eficazmente reforzando el sistema turístico Nicaragüense en lo público, privado y haciendo que la población sea participe de la mejora y eficacia.

De modo que, en primer lugar se debe mejorar el Sistema Turístico Nacional, el cual comprende tres integrantes importantes, primero, el privado o empresarial donde intervienen empresarios, proveedores de bienes y servicios turísticos



finales, operadores e intermediarios turísticos. Segundo, el sector institucional con el gobierno nacional, departamental y regional, participación de organismos internacionales y de cooperación ONGs. Y por último, la población con los trabajadores del sector turístico, trabajadores de industrias y empresas y al final la ciudadanía en general. Todo esto comprende lo que es el esquema del sistema turístico nacional.

Un punto importante del mejoramiento es que Nicaragua llevara a cabo en los próximos años un importantísimo esfuerzo en medios humanos, materiales e inmateriales para conseguir un sistema turístico fuerte, cohesionado y dinámico. Ello va a requerir una actitud firme, constante, decidida y de apoyo por parte no tan sólo de los poderes públicos, las instituciones y el sector privado, sino de toda la ciudadanía.

Otro punto por el cual se pretende la participación ciudadana es el bienestar de la persona y la armonía con el entorno, necesita de la ayuda y la convicción de los ciudadanos, lo que implica un cambio de hábitos y de costumbres en la población, haciéndolos más compatibles con el cuidado y la estética del entorno ambiental, paisajístico y urbano y el uso sostenible de los recursos.

Quien lidera, impulsa y ordena este proceso es el Instituto Nicaragüense de Turismo INTUR, este desempeña un papel fundamental. El INTUR debe poner en valor su posición de elemento central dentro de la estructura del STN y de liderazgo del turismo apoyando a los otros dos sectores y apoyándose en ellos para promover un gran pacto por el turismo.

El Pacto Nacional por el Turismo de Nicaragua debe ser un medio para conseguir y consolidar un modelo de desarrollo sostenible de la actividad al que todos deben de contribuir y aportar sus esfuerzos; pero también debe ser un ámbito en el que todos los actores se vean representados y se puedan identificar con él, y un anuncio



inequívoco a los mercados turísticos de que el turismo es una prioridad de la nación y del compromiso de Nicaragua con un turismo sostenible y responsable.

En segundo lugar, Nicaragua alcanza unos buenos resultados con respecto a la seguridad turística en relación con los países de su entorno. En términos generales, Nicaragua es un país seguro en el que en las zonas turísticas, el visitante, manteniendo un estándar de precauciones en su conducta similar al de Europa o EE.UU. puede transitar sin temor a sufrir ningún incidente.

Con esto se pretende brindar una mejor información al turista desde el momento de llegada y durante toda su estadía, contar con un sistema bien estructurado ágil y dinámico que cumpla con la atención y protección al turista y por último realizar el debido reforzamiento a la policía turística.

Otro aspecto de gran importancia es La sensibilización y concienciación turística esta es una de las claves para que el desarrollo turístico sea sostenible que tenga garantizado una continuidad, un futuro. En la mayor parte de los destinos, la falta de concienciación de la población en torno a la importancia que tiene la actividad turística a nivel económico, social y ambiental suele ser una barrera para su sostenibilidad en el tiempo.

Se deben seguir tres pasos principales para cumplir con el plan

- Concienciar a los ciudadanos de la importancia de valorar el patrimonio histórico, natural y cultural que posee el país.
- Difundir los beneficios económicos, sociales, culturales y ambientales que brinda el turismo y las oportunidades de empleo.
- Reforzar el papel de la población nicaragüense en la industria turística, mejorando su percepción y contribuyendo al desarrollo de ésta de manera proactiva.



3. Mejora de la Infraestructura Turística

La infraestructura hotelera necesita una revisión a profundidad del sistema de incentivos para incorporar, con enfoque de género, apoyos distintos de las exenciones y exoneraciones fiscales, que tienen un efecto muy reducido sobre las PYMES y MIPYMES turísticas, adaptándolo a las necesidades de éstas empresas. Se necesita el fortalecimiento de planes que incorporan asistencia técnica y ayudas para mejora de instalaciones de los establecimientos turísticos.

Prestar servicios de programa de microcréditos orientado a las MIPYMES turísticas y a los nuevos emprendedores y prestadores de servicios con enfoque de género y sobre la base de las lecciones aprendidas y con la experiencia exitosa de programas actuales.

Desarrollar un programa de atracción de las inversiones extranjeras directas (IED) en el turismo en colaboración con ProNicaragua y difundiendo en los principales países de origen de estas inversiones las ventajas fiscales y ayudas tributarias. Se presta especial atención a las inversiones en establecimientos de alojamiento, fomentando la implantación de las cadenas hoteleras internacionales.

Desarrollo de un Programa de calidad turística para mejorar los servicios en las empresas turísticas nicaragüenses mediante la adaptación y aplicación de Normas de Calidad mediante la conformación de grupos de trabajo sectoriales para su consenso y ajuste. El Plan debe contener una serie de acciones para difundir la cultura de la calidad entre el conjunto de agentes implicados en el desarrollo turístico

Se debe mejorar en la infraestructura turística básica desarrollando un plan de priorización de proyectos de infraestructuras que faciliten el acceso y la conectividad a Nicaragua y a los destinos prioritarios considerando entre otros la mejora del aeropuerto Augusto Cesar Sandino en Managua, la apertura de la carretera costanera en el litoral Pacífico Sur, la mejora de los pasos fronterizos en el sur y el norte, la adecuación de los puertos turísticos de San Juan del Sur y Corinto.



4. Diferenciación y Diversificación

Nicaragua, como destino turístico internacional, debe buscar diferenciarse del resto de países para mejorar su posicionamiento. Esta diferenciación debe basarse especialmente en el singular acervo histórico, cultural y natural que distingue a Nicaragua desarrollando propuestas de experiencias vitales y auténticas en los destinos o rutas con mejores condiciones para ofrecerlas, sin perjuicio de impulsar a medio y largo plazo nuevas propuestas en el resto de destinos.

Se han clasificado a los destinos turísticos nicaragüenses en tres grupos de acuerdo con su proximidad al mercado, es decir, de acuerdo con la capacidad que tienen para ofrecer productos turísticos en los mercados nacional e internacional en un plazo más o menos breve de tiempo y de las acciones que hay que emprender para conseguir esta meta. Los grupos son los siguientes:

De alta prioridad: cuentan ya con desarrollo turístico es decir, con oferta básica y complementaria suficiente de acuerdo con los flujos turísticos que acogen y que, consecuentemente, las acciones a realizar son actuaciones de mejora sobre el entorno, aumento de la calidad y variedad del producto, ampliación de los recursos de uso turístico, conservación.

De prioridad media: son destinos que aun contando con cierto desarrollo turístico éste resulta insuficiente, sea cualitativamente (es decir, la calidad del producto y de los equipamientos turísticos debe mejorar) sea cuantitativamente (la oferta es escasa). Requieren una cuidadosa planificación turística (frecuentemente, además, el destino se ha desarrollado de manera desordenada, con poco respeto a los recursos naturales que suelen ser frágiles y, en ocasiones, alejado de las necesidades y preferencias del mercado). No están, por tanto, en condiciones para efectuar una promoción masiva-la escasez de la oferta lo impide.



5. Comercialización y Nuevos Mercados

Esto pretende vender más y vender mejor.

Aunque la comercialización corresponde en sentido estricto al ámbito privado, esta estrategia plantea la función de INTUR como plataforma facilitadora de la comercialización turística de modo que el sector privado nicaragüense pueda realizar las negociaciones y ventas en el competitivo mercado turístico.

Se pretende el aprovechamiento de las Nuevas Tecnologías de las Telecomunicaciones y de la Información (NTIC) utilizando sitios web donde los pequeños negocios turísticos nicaragüenses gozan de espacio en el sitio Web para que puedan publicitar imágenes, datos del servicio, producto y datos de contacto para una mejor presentación.

4.2 El Turismo Rural Comunitario.

El Turismo Rural Comunitario (TRC) es un tipo de turismo que se desarrolló como un modelo participativo en los pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, quienes ejercen un papel central en su desarrollo, gestión local así como en la distribución equitativa de sus beneficios. Siendo éste un complemento a las actividades cotidianas, como las agropecuarias tradicionales (agricultura, ganadería, pesca o artesanía), con el fin de ampliar y diversificar las opciones productivas de las comunidades rurales y complementar las economías de base familiar campesina.¹⁶

El Turismo Rural Comunitario es una actividad cada vez más relevante en Nicaragua. En los últimos años, cooperativas y familias campesinas, comunidades indígenas y asociaciones de artesanos se han organizado y puesto en marcha

¹⁶ Ernest Cañada y Manuel Fandiño, experiencias del Turismo Rural Comunitario en Nicaragua, Agosto 2009. Managua, Nicaragua, Pág, 6.



iniciativas turísticas a lo largo de todo el país, desde el Pacífico a la Costa Caribe, del Norte al Sur.

Es un turismo gestionado y promovido por la propia gente del campo que, sin abandonar sus actividades tradicionales, encuentra en este rubro una forma más de diversificar y complementar su economía. Todas estas iniciativas constituyen ya una propuesta turística alternativa para visitar Nicaragua de otro modo, de la mano de la gente del lugar¹⁷.

La Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario (RENITURAL) se formó desde el año 2005 y aglutina un total de 55 destinos en todo el territorio nacional. Cada uno de ellos con diferentes características acordes a la zona geográfica donde están ubicados y con diferentes niveles de desarrollo turístico.

Para muchos este modelo es contradictorio al desarrollo de un país y la imagen que se debe presentar por considerarlo de baja calidad desarrollando contradicciones y controversias. Sin embargo el Presidente de la Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario (RENITURAL) Harold Ramos Orozco, explicó a El Observador Económico que, a partir de la experiencia propia de modelos de Nicaragua y de Centroamérica pueden equiparar ciertas de sus principales aportaciones, lo que ha dado lugar a los diferentes avances, tales como: La diversificación productiva, creación de empleo, generación de recursos económicos directos, mantenimiento de propiedades y mejora de infraestructuras, Contribución al desarrollo económico local, promoción de la sostenibilidad de la oferta de basada en el rescate, la preservación y el respeto de los aspectos ambientales, culturales, sociales y económicos, protección a los espacios rurales, cambios en las relaciones de género y; oportunidades de enriquecimiento cultural

A pesar de los aportes del TRC donde ha logrado consolidarse, también es cierto que no todas las iniciativas emprendidas han podido sobrevivir. Lograr la viabilidad

¹⁷ Sodepaz, Turismo Rural Comunitario en Nicaragua, UCA terrayagua.



económica es el gran reto que afronta el TRC en estos momentos, por lo que en nuestro país se están desarrollando proyectos participativos que impulsan esta actividad, los cuales están siendo coordinados y ejecutados por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), destacándose la Ruta del Café, que ha posicionado un nuevo destino en los departamentos de la Región Norte del país, promoviendo y desarrollando estructuras organizativas y productivas con alto nivel de involucramiento de los sectores.

Actualmente, se está desarrollando el proyecto Ruta de las Fincas Agroturísticas, bajo una alianza público-privada, en la que se logra articular el proceso de tres organizaciones con presencia nacional y; con actividades relacionadas al campo y ruralidad nicaragüense, las cuales son la Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario (RENITURAL), la Federación Nacional de Cooperativas (FENACOOOP) y la Federación de Cooperativas Agroindustriales de Nicaragua (FENIAGRO). Este proyecto cuenta con el apoyo de la Cooperación Suiza, con el objetivo de fortalecer a éstas instituciones, a través de la formalización de los negocios turísticos, la creación de capacidades, y la implementación de un fondo de desarrollo rural adaptados a las realidades que se viven en estos tipos de emprendimientos.

Harold Ramos, Presidente de RENITURAL, señaló que han venido consolidando su oferta turística a partir del año 2002, por lo que la demanda de TRC ha aumentado.

En base a los análisis de una muestra de seis iniciativas que disponen de registros estadísticos durante el periodo del 2002 al 2007 se identifica un crecimiento de 35% anual durante los seis años del periodo correspondiente; Pasando de un promedio de 170 visitantes por iniciativa en el año 2002, a 1,550 en el 2007.

Según datos estadísticos de RENITURAL durante el primer cuatrimestre del presente año, revelan que la zona norte del país ha incrementado el interés del



turista nacional y extranjero por iniciativas de turismo rural comunitario, ya que recibió 18,975 visitas y; en la zona sur se destacan el Campamento Ecológico Campuzano con más 6,000 visitas, Finca Magdalena 1,000, Ostional 1,200, y el resto de iniciativas promedian un total de 12, 000 vistas.

Ramos aseguró que este tipo de turismo poco a poco ha venido creciendo, tanto así que se calcula que en 2014 el 11% de los turistas que ingresan a Nicaragua visitan destinos de turismo rural comunitario. En años anteriores era un 10%.

Esta cifra es en parte producto de la unión con iniciativas como el Consejo de las Mipymes Turísticas Rural y “toda esa alianza público-privada ha ayudado a fortalecer la oferta”, aseguró.

“El turista hace cinco años dejaba un ingreso en las iniciativas rurales de entre 25 y 30 dólares, ahora se ha aumentado el ingreso y está entre 35 y 40 dólares, porque ahora la gente ya no se queda solo un día, se queda dos o tres y esto se debe a la diversificación el producto turístico rural”, dijo.

Experiencias como la de la Unión de Cooperativas Agropecuarias (UCA) en San Ramón, Matagalpa, son evidencia de que el trabajo constante en ese rubro puede convertirse en historias de éxito.

Con diez años de estar trabajando en turismo rural comunitario la UCA-San Ramón está integrada por 23 cooperativas bases, alrededor de un mil 80 socios donde el 50% son mujeres.

Darling Campos, de esa unión de cooperativas, explicó que la iniciativa es un componente de “Nicaragua Campesina” y que además integran cooperativas de pequeños productores de café, grano básico y ganado “que tienen como alternativa de desarrollo económico el turismo rural”.



Campos cuenta que se ofrece “la convivencia familiar campesina, pueden ir y hacer un tour a caballo, cortar café y hacer diferentes actividades dentro de la finca y compartir con los pequeños productores y de esa manera apoyan a diferentes iniciativas económicas que benefician a muchas familias productoras”.

Y es que el turismo rural comunitario viene siendo una alternativa complementaria a las actividades económicas de las familias campesinas del país que tiene como principal rubro la producción, ya sea de café, grano básico o ganado.

Se conocen dos tipos de visitantes, el turista que viene a conocer destinos rurales es de dos tipos: “El que busca la aventura, que es el segmento joven, y el que busca el esparcimiento con la naturaleza y la convivencia familiar, que son las personas adultas”.

“Estamos hablando de gente cuya edad oscila entre los 30 y 40 años”, mientras que el segmento que busca un turismo más de aventura pero siempre en lo rural “tiene edades entre los 17 y 20 años”, detalla.

Otro grupo al que se ofrece el turismo rural es a las personas que sobrepasan los 40 años y buscan un espacio donde haya naturaleza y relajación. En los diez años de trabajo de Renitural, esta red ha buscado cómo diversificar la oferta para responder precisamente a la demanda del mercado.

El futuro del turismo rural comunitario es, según Campos, “buscar más desarrollo para las familias de menos recursos económicos” y continuar creciendo para ser una oferta turística más visible dentro de los destinos de Nicaragua, “Hace algún tiempo el sector privado acordó que se incrementaran una serie de costos en las empresas facilitadoras del sector turístico y en los mismos boletos aéreos para que los recursos que estos incrementos produjeran se trasladarán directamente al INTUR para que se utilizaran en la promoción de imagen país. Se han hecho los cobros y no se han trasladado los recursos al INTUR y no se ha incrementado la cantidad de recursos para promocionar la imagen del país”, señaló.



Nicaragua cuenta con una Ley de Fomento al Turismo Rural Sostenible, recientemente aprobada, pero necesita mejorar la calidad de los servicios que ofrece el destino, han coincidido expertos del sector.

Al lograr tener visibilidad a nivel de la región y lograr leyes dirigidas a este tipo de turismo se podría lograr una especie de incentivos que “tanto necesitan nuestros campesinos, indígenas, asociaciones, cooperativas y productores”, recordó la coordinadora de la red.

Este tipo de turismo, que podría mejorar los ingresos de las familias campesinas, toma relevancia sobre todo en las temporadas agrícolas bajas.

En el II encuentro de Redes Empresariales de turismo rural también se abordaron temas como la promoción del turismo rural comunitario, a su vez, podría incidir en el tema migratorio de las comunidades campesinas.

“El turismo rural comunitario hace que se genere empleo y que se queden en los territorios, al revalorizar su paisaje tiene un efecto cascada con el cambio climático, equidad de género donde se ven más mujeres participando, en todo”, puntualizó flamenco.

La infraestructura turística es básica, la mayoría de fincas rurales ofrecen los servicios de alojamiento, alimentación y actividades recreativas, ha dicho en el pasado a El Nuevo Diario, el presidente de la Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario, Harold Ramos.

En Nicaragua cada vez la práctica del turismo sostenible se convierte en una necesidad debido a que la demanda de este va en crecimiento y también porque contamos con gran potencial para el desarrollo del mismo, a través del turismo Rural Comunitario muchas familias han logrado un nivel de desarrollo local y mejora de su nivel de vida debido al aumento de sus ingresos con el hecho de simplemente ser ellos mismo dentro de su propio entorno.



V: CONCLUSIONES.

- En conclusión el turismo es una actividad que tiene peso en la economía nicaragüense, se cuenta con un marco legal detallado para el desarrollo del mismo, al igual que mucho potencial para lograr una mayor contribución al pos del desarrollo socioeconómico y ambiental del país.
- Se tiene un mercado turístico que camina en buen sentido, esto se ve reflejado en el crecimiento de la demanda y oferta del sector, generando recursos para la estabilidad macroeconómica del país, al igual que a nivel microeconómico desarrollando las MIPYMES ampliando su valor agregado, también es una fuente de empleo así que por ende aumenta el bienestar sociedad a través de la erradicación de la pobreza.
- Las divisas que genera a la economía son recursos importantes puesto que ayudan a incrementar los niveles de Reservas Internacionales, que sirven por un lado a evitar el riesgo de quedar mal en nuestros compromisos internacionales (pago de deuda, préstamos y estabilidad de la BP) y por otro a presentar una política cambiaria sólida en nuestro país y dar credibilidad y confianza de la misma.
- El Turismo Sostenible ha venido tomando importancia debido al aumento de su demanda además de ser una fuente de desarrollo local a través del Turismo Rural Comunitario mostrando a este como una alternativa de desarrollo en las áreas rurales (principalmente en el norte del país) y que a su vez ayuda a preservar los inmensos pero no inagotables recursos con los q el país cuenta.
- En apoyo al desarrollo del Turismo Sostenible el INTUR creo el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible con visión del PNDH, dicho



Contribución del sector Turístico nicaragüense en los aspectos económico, social y ambiental en los años 2009-2013.

documento es una estrategia importante debido a sus distintos lineamientos que tienen por finalidad mejorar el sistema turístico actual para diversificar e innovar el producto que el país ofrece todo esto a través de la gestión y coordinación de los distintos sectores económicos del país.



VI: RECOMENDACIONES.

- Nicaragua cuenta con un marco legal e institucional creado para su debida aplicación, se recomienda dar seguimiento, control y vigilancia para lograr su cumplimiento y así lograr un mejor desarrollo del sector turístico nicaragüense.
- El estado debe realizar acciones en pro del desarrollo turístico y fomentar la inversión nacional para posicionar al país como destino turístico atractivo para los extranjeros y de esta manera se mejorara la economía.
- En aspectos económicos, el turismo ha venido a dinamizar la economía sin embargo es preciso cuantificar minuciosamente los ingresos generados por el sector turismo a la economía nicaragüense para dar a la población información verdadera y concisa.
- Es primordial seguir creando proyectos que generen mayores puestos para trabajadores capacitados en el ámbito turístico de esta manera más personas mejoraran su nivel de bienestar social y económico para ellos y su núcleo familiar.
- En los aspectos ambientales, Nicaragua debería realizar campañas que hagan conciencia a la población en general y a los turistas extranjeros que visitan nuestro país para aprovechar al máximo los recursos naturales y velar por el patrimonio de las futuras generaciones.



VII: BIBLIOGRAFIA.

Boletín Estadístico, INTUR 2014.

Cañada E. y Fandiño M. (2009). *Experiencias del turismo Rural Comunitario en Nicaragua*. (1ra ed.) Managua, Nicaragua. Ed. Enlace. Pág. 6

Canal 8. (Diciembre 2010) [Entrevista con Mario Salinas, ex Presidente INTUR] Managua, Nicaragua.

Díaz T. y Sánchez G. (2011). *Las PYMES como base de la economía nacional*. Managua (s.f).

Escuela Nacional de Hotelería, dentro del proyecto NIC/018. (2008). *Introducción al turismo*. Managua, Nicaragua. **Portugal M.**

LA PRENSA. (Febrero del 2015). [Entrevista a Leonardo Torres, Presidente de CANATUR]. Managua, Nicaragua.

Mario Salinas, ex ministro INTUR.

Mayra salinas, LA PRENSA 17 de Junio 2013. Managua, Nicaragua.

Nicaragua: Democracia, Economía y Desarrollo, Revista Dracma, abril 2014, Numero 04, Año 8, pág. 32-33.

Notas de Prensa PRONICARAGUA. Marzo 6, 2014.

Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario, Ministerio de comercio exterior y Turismo, vice ministerio de turismo, www.turismoruralperu.gob.pe

Recuperado el lunes 23 de marzo del 2015, (<http://osirismelisanicaragua.blogspot.com/2011/08/listado-de-las-areas-naturales.html>)

Referencia Boletín estadístico de turismo de Nicaragua No.20, Pág. 24.

Sodepaz, Turismo Rural Comunitario en Nicaragua, UCA terrayagua

Turismo, Nicaragua crezcamos juntos. (Ed. Abril 2012) www.PRONicaragua.org, pág. 7-9



VIII: ANEXOS

Cuadro No. 1. Oferta Turística Nacional de Alojamiento según Tipo y Categoría
Año 2013

Tipo y Categoría	No. de Establecimientos	No. de Habitaciones	No. de Camas
Hoteles	313	7,042	11,531
*****	9	897	1,300
****	26	1,216	2,058
***	77	1,611	2,890
**	85	1,522	2,599
*	116	1,796	2,684
ATCNH	550	4,635	8,067
*****	1	39	43
****	3	70	131
***	52	518	825
**	88	771	1,422
*	406	3,237	5,646
Aparto-Hoteles	10	140	252
***	6	103	186
**	3	29	58
*	1	8	8
Total	873	11,817	19,850

Fuente: Boletan Estadístico, INTUR 2013.



Cuadro No. 2. Evolución de la Oferta Turística de Alojamiento según Departamentos (Serie 2009-2013)

Departamentos	2009		2010		2011		2012		2013	
	Establ.	%	Establ.2	%3	Establ.4	%5	Establ.6	%2	Establ.8	%9
Chinandega	18	3.4	21	3.4	28	3.8	29	3.5	31	3.6
León	56	10.6	64	10.5	68	9.3	78	9.5	89	10.2
Managua	134	25.3	146	23.9	149	20.4	161	19.6	166	19.0
Masaya	21	4.0	21	3.4	32	4.4	35	4.3	39	4.5
Granada	52	9.8	57	9.3	69	9.4	82	10.0	89	10.2
Carazo	11	2.1	12	2.0	12	1.6	10	1.2	10	1.1
Rivas	48	9.1	71	11.6	95	13.0	106	12.9	117	13.4
Estelí	38	7.2	26	4.3	44	6.0	56	6.8	50	5.7
Boaco	5	0.9	9	1.5	11	1.5	11	1.3	10	1.1
Jinotega	19	3.6	21	3.4	23	3.1	25	3.0	29	3.3
Madriz	3	0.6	5	0.8	7	1.0	6	0.7	9	1.0
Nueva Segovia	4	0.8	5	0.8	13	1.8	13	1.6	16	1.8
Matagalpa	27	5.1	36	5.9	41	5.6	51	6.2	55	6.3
Chontales	14	2.6	24	3.9	27	3.7	27	3.3	52	6.0
Río San Juan	18	3.4	20	3.3	36	4.9	40	4.9	39	4.5
RAAN-RAAS	61	11.5	73	11.9	77	10.5	91	11.1	72	8.2
Total	529	100.0	611	100.0	732	100.0	821	100.0	873	100.0

Fuente: Boletín Estadístico, INTUR 2013.



Contribución del sector Turístico nicaragüense en los aspectos económico, social y ambiental en los años 2009-2013.

Cuadro No. 3. Actividades realizadas por los turistas en Nicaragua.

Indicadores	Año				
	2009	2010	2011	2012	2013
10. Sitios Visitados	100%	100%	100%	100%	100%
1.Ciudades Coloniales	24.4%	25.1%	23.2%	21.3%	20.6%
2.Playas del Pacífico	14.6%	16.2%	15.2%	13.2%	12.6%
3.Isla de Ometepe	8.9%	9.9%	9.0%	8.0%	7.5%
4.Mercado de Artesanías	8.0%	4.1%	6.5%	7.8%	5.7%
5.Pueblos Blancos	4.9%	4.8%	4.7%	4.1%	3.8%
6.Reservas Naturales	3.2%	3.6%	3.5%	2.9%	1.3%
7.Isletas de Granada	0.6%	1.5%	2.7%	3.3%	2.5%
8.Corn Island	1.4%	2.2%	2.0%	1.8%	2.5%
9.Otros sitios	34.2%	32.5%	33.2%	37.6%	43.0%
11. Actividades Realizadas	100%	100%	100%	100%	100%
1.Escalar volcanes	24.4%	21.9%	20.9%	19.6%	24.3%
2.Senderismo	22.2%	21.7%	16.6%	18.9%	18.7%
3.Surfing	15.3%	11.5%	22.7%	22.9%	25.2%
4.Ciclismo	6.9%	9.7%	6.7%	4.7%	5.4%
5.Canopy	1.6%	4.4%	3.6%	7.6%	3.9%
6.Kayac	4.7%	2.5%	6.2%	8.3%	7.8%
7.Tours café	1.6%	0.5%	0.5%	2.0%	0.6%
8.Esquí sobre arena	2.3%	3.1%	3.2%	4.4%	5.6%
9. Otras actividades	20.9%	24.7%	19.6%	11.6%	8.5%

Fuente: Boletín Estadístico, INTUR 2013.



Cuadro No. 4. Llegada de Turistas a Nicaragua según principales regiones y países de nacionalidad (serie 2009-2013)

Región/País	2009		2010		2011		2012		2013	
de Nacionalidad	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Norteamérica	250,232	26.9%	247,857	24.5%	253,431	23.9%	287,523	24.4%	291,818	23.7%
Canadá	24,161	2.6%	23,597	2.3%	25,676	2.4%	30,710	2.6%	33,832	2.8%
Estados Unidos	212,648	22.8%	210,479	20.8%	213,986	20.2%	240,846	20.4%	243,039	19.8%
México	13,423	1.4%	13,781	1.4%	13,769	1.3%	15,967	1.4%	14,947	1.2%
Centroamérica	571,228	61.3%	650,699	64.3%	690,027	65.1%	770,377	65.3%	805,608	65.5%
Belice	593	0.1%	578	0.1%	537	0.1%	625	0.1%	607	0.0%
Guatemala	67,317	7.2%	76,695	7.6%	83,408	7.9%	92,877	7.9%	94,957	7.7%
El Salvador	121,069	13.0%	135,455	13.4%	138,120	13.0%	152,741	12.9%	150,963	12.3%
Honduras	176,120	18.9%	214,776	21.2%	230,965	21.8%	251,804	21.3%	273,015	22.2%
Nicaragua *	77,121	8.3%	77,210	7.6%	78,080	7.4%	87,705	7.4%	97,632	7.9%
Costa Rica	111,861	12.0%	125,811	12.4%	136,466	12.9%	160,108	13.6%	163,758	13.3%
Panamá	17,147	1.8%	20,174	2.0%	22,451	2.1%	24,517	2.1%	24,676	2.0%
Suramérica	20,428	2.2%	21,021	2.1%	23,350	2.2%	24,085	2.0%	25,419	2.1%
Argentina	3,638	0.4%	3,779	0.4%	3,771	0.4%	4,339	0.4%	4,523	0.4%
Brasil	2,667	0.3%	3,226	0.3%	3,659	0.3%	3,665	0.3%	3,898	0.3%
Colombia	4,001	0.4%	4,204	0.4%	4,869	0.5%	4,779	0.4%	5,051	0.4%
Perú	2,386	0.3%	2,347	0.2%	2,233	0.2%	2,309	0.2%	2,103	0.2%
Venezuela	3,208	0.3%	3,055	0.3%	3,532	0.3%	3,736	0.3%	4,517	0.4%
Otros de Suramérica	4,528	0.5%	4,410	0.4%	5,286	0.5%	5,257	0.4%	5,327	0.4%
Europa	69,702	7.5%	71,872	7.1%	73,868	7.0%	77,007	6.5%	80,404	6.5%
España	10,616	1.1%	11,338	1.1%	11,305	1.1%	12,052	1.0%	12,506	1.0%
Alemania	10,834	1.2%	11,048	1.1%	12,118	1.1%	13,255	1.1%	13,936	1.1%
Italia	5,118	0.5%	5,613	0.6%	5,541	0.5%	5,781	0.5%	5,959	0.5%
Holanda	6,418	0.7%	6,468	0.6%	7,178	0.7%	7,370	0.6%	6,764	0.6%
Inglaterra	10,761	1.2%	9,524	0.9%	10,107	1.0%	9,652	0.8%	10,604	0.9%
Francia	6,496	0.7%	7,065	0.7%	7,131	0.7%	7,648	0.6%	7,824	0.6%
Suiza	3,477	0.4%	3,554	0.4%	3,799	0.4%	4,023	0.3%	4,139	0.3%
Suecia	2,572	0.3%	2,318	0.2%	2,396	0.2%	2,658	0.2%	2,678	0.2%
Otros de Europa	13,410	1.4%	14,944	1.5%	14,293	1.3%	14,568	1.2%	15,994	1.3%
Otros Países	20,314	2.2%	19,802	2.0%	19,355	1.8%	20,589	1.7%	26,161	2.1%
Total	931,904	100.0%	1011,251	100.0%	1060,031	100.0%	1179,581	100.0%	1229,410	100.0%

Fuente: Boletín Estadístico del INTUR, 2013.

Otros países: Incluye Las Antillas, Asia, África y Oceanía. * Nicaragüenses residentes en el exterior.