



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

**RECINTO UNIVERSITARIO RUBÉN DARÍO
FACULTAD DE EDUCACIÓN E IDIOMAS
DEPARTAMENTO DE FRANCÉS
CARRERA TURISMO SOSTENIBLE**

SEMINARIO DE GRADUACIÓN

Para optar al título de Licenciatura en Turismo Sostenible

**Tema:
Investigación de Mercados Turísticos**

**Subtema:
“Análisis de la Demanda Turística Actual en el Municipio de San Juan del
Sur, en el mes de octubre del año 2017.”**

Autores:

- Bra. Fonseca Talavera Hellen Beatriz
- Bra. Mejía González Arely Paola
- Br. Zamora Téllez Kevin Josué

Tutora:

MSc. Lisseth G. Castro Soza

Managua, 20 de noviembre de 2017

¡A la libertad por la Universidad!

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	1
II. JUSTIFICACIÓN	2
III. OBJETIVOS.....	3
IV. DESARROLLO DEL SUBTEMA	4
4.1 Situación del Mercado Turístico Internacional	5
4.1.1 Turismo Mundial	5
4.1.2 Turismo en las Américas.....	8
4.1.3 Tendencias del Turismo	10
4.2 Situación del Mercado Turístico Nacional.....	15
4.2.1 Oferta Turística	15
4.2.2 Demanda Turística	20
4.3. Análisis Político, Económico, Social y Tecnológico del destino San Juan del Sur. 24	
4.3.1 Factor político.....	24
4.3.2 Factor económico	27
4.3.3 Factor social	31
4.3.4 Factor tecnológico	33
4.4. Análisis de la Demanda Turística Actual en San Juan del Sur	35
4.4.1 Nacionalidades.....	35
4.4.2 País de Residencia	36
4.4.3 Rango de edades	37
4.4.4 Sexo y Estado civil	38
4.4.5 Situación Actual	39
4.4.6 Ocupación Profesional.....	40
4.4.7 Motivos de Visita.....	41
4.4.8 Actividades Realizadas.....	42
4.4.9 Organización de Viaje.....	43
4.4.10 Canal Informativo	45
4.4.11 Primer Visita o repetición	46
4.4.12 Medio de transporte utilizado	47
4.4.13 Duración de la estadía de los turistas	49
4.4.13 Formas de Viaje.....	50
4.4.14 Gastos Turísticos.....	51
V. CONCLUSIONES	52
VI. RECOMENDACIONES.....	55

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
VIII. ANEXOS.....	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipo de transporte más utilizado a nivel mundial	6
Tabla 2 Tipos y categorías de alojamientos a nivel nacional	15
Tabla 3 Destinos turísticos más visitados en Nicaragua	17
Tabla 4 Tipos y categorías de alojamiento en Rivas	18
Tabla 5 Llegadas y procedencia de los turistas	21
Tabla 6 Nacionalidades de los turistas de SJDS	35
Tabla 7 Procedencia de los turistas SJDS	36
Tabla 8 Rango de edad de los turistas SJDS	37
Tabla 9 Ocupaciones Laborales SJDS	41
Tabla 10 Gasto turístico SJDS	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Motivos por turismo receptivo	7
Gráfico 2 Nivel de estudios alcanzados	22
Gráfico 3 Estadía promedio de los turistas en Nicaragua	23
Gráfico 4 Sexo de los turistas SJDS	38
Gráfico 5 Estado civil SJDS	38
Gráfico 6 Situación actual de los turistas SJDS	39
Gráfico 8 Situación actual inactivos SJDS	39
Gráfico 7 Situación actual activos SJDS	39
Gráfico 9 Motivos de viaje SJDS	41
Gráfico 10 Actividades realizadas SJDS	42
Gráfico 11 Organización de viaje SJDS	43
Gráfico 12 Organización de viaje a través de reservas directas SJDS	44
Gráfico 13 Organización de viaje reservas a través de una agencia SJDS	44
Gráfico 14 Canal Informativo SJDS	45
Gráfico 15 Primer visita o repetición SJDS	46
Gráfico 16 Medio de transporte utilizado SJDS	47
Gráfico 17 Medio de transporte público SJDS	48
Gráfico 18 Medio de transporte privado	48
Gráfico 19 Duración de la estadía SJDS	49
Gráfico 20 Formas de viaje SJDS	50

DEDICATORIA

Dedico mi esfuerzo y este trabajo:

Primeramente quiero dedicar este logro a Dios, mi padre celestial, quien me brindo las fuerzas para llegar hasta donde estoy ahora, por brindarme la oportunidad de alcanzar una nueva meta en la vida y me dio la salud, sabiduría y entendimiento para lograr culminar este proceso tan importante.

A mis padres Ivan Fonseca y Maritza Talavera, las personas que en toda la vida nunca dejaron de apoyarme en cada paso y decisión que tome, quienes me han brindado ese apoyo incondicional, tiempo y su mayor esfuerzo. Por toda esa motivación, cuando sentía que ya no podía dar más de mí, ellos nunca se rindieron y han sido mi motor para poder alcanzar mis sueños. Por encaminarme en el camino del bien y a pesar de los fallas, jamás dejaron de creer en mí, por darme todo de ellos, aunque fuera lo único que tuvieran, sobre todo ese amor incondicional que fue lo que siempre me mantuvo.

A mi esposo y mi hija, los dos nuevos seres que Dios me envió para formar parte de mi vida, que han sido un motivo más para seguir adelante y no darme por vencida ni en las peores circunstancias, los me dan la fuerza para luchar día a día por un mejor futuro, y saber que hay un Dios que me guía y a través de ellos me recuerda cada mañana que tengo razones por la cuales debo de seguir adelante y jamás mirar atrás.

A mi tutora Lisseth Castro, quien siempre tuvo la paciencia y dedicación en cada momento que fue necesario su apoyo. Gracias por haber estado pendiente a cada detalle para que así saliéramos victoriosos de este proceso, y a todos los maestros que en el transcurso de estos años fueron nuestros guías y nos brindaron el pan del saber con esmero y amor, gracias a todo eso he podido culminar mis estudios profesionales.

Bra: Hellen Beatriz Fonseca Talavera

Dedicatoria

Dedico este trabajo primeramente a Dios, por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi vidas, brindándome salud, sabiduría y todo lo necesario para seguir adelante y poder cumplir mis metas.

A mi madre Migdalia Téllez por ser el pilar fundamental que me sostuvo a lo largo de mi carrera además de darme la motivación de seguir adelante a pesar de las dificultades que se presentaron en este arduo camino y por apoyarme en cada una de las decisiones que he tomado.

A mis hermanos por preocuparse y apoyarme en este momento importante de mi vida, a mis amigos que me brindaron su apoyo en esta etapa final y a mis abuelos por sus buenos deseos hacia a mí.

Br. Zamora Téllez Kevin Josué

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional, por haberme dado salud, ser el manantial de vida y darme lo necesario para seguir adelante día a día para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Modesta del Socorro González Sequeira por haberme apoyado en todo momento, por demostrarme siempre su cariño y su apoyo incondicional, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por estar siempre a mi lado y ayudarme a superar siempre con una gran sonrisa los obstáculos que se interponen en mi camino. A mi familia y amigos por su apoyo incondicional en transcurso de este largo camino y a todos aquellos que ayudaron directa o indirectamente a realizar este documento.

Mis compañeros Kevin Josué Zamora Téllez y Hellen Beatriz Fonseca Talavera, por que sin el equipo que formamos no hubiéramos logrado esta meta.

A todos mis maestros por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales, a mi tutora Lisseth G. Castro Soza por su apoyo ofrecido en este trabajo, por haberme transmitidos los conocimientos obtenidos y haberme llevado pasó a paso en el aprendizaje.

Bra. Mejía González Arely Paola

Agradecimientos

Agradecemos primeramente a Dios por habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera, por brindarnos una vida plena, la sabiduría necesaria, experiencias y sobre todo permitirnos culminar con éxitos nuestros estudios universitarios.

A nuestros padres que siempre nos apoyaron en todo momento, motivándonos en cada paso, así como demás familiares y amigos que han estado con nosotros en todo este período, apoyándonos en las decisiones que tomamos, permitiéndonos salir adelante y ser las personas que somos hoy en día.

A los profesores que nos apoyaron en el transcurso de la carrera, de igual forma compartieron sus conocimientos, nos aconsejaron y escucharon en el momento que lo necesitábamos.

En especial a nuestra tutora la Msc. Lisseth Castro, por su paciencia, esmero y dedicación, de igual manera por guiarnos en la realización de nuestra tesis.

Infinitas Gracias a todos.

Bra. Fonseca Talavera Hellen Beatríz

Bra. Mejía González Arely Paola

Br. Zamora Téllez Kevin Josué

VALORACIÓN DE LA TUTORA

A través de la misiva, certifico en carácter de tutora del Seminario de Graduación titulado: “Investigación de Mercados Turísticos”.

Con el Subtema:

“Análisis de la Demanda Turística Actual en el Municipio de San Juan del Sur, en el mes de octubre del año 2017”.

Presentado por:

Bra. Fonseca Talavera Hellen Beatriz

Bra. Mejía González Arely Paola

Br. Zamora Téllez Kevin Josué

Considero que el trabajo investigativo antes citado, como requisito para optar al título de licenciado en Turismo Sostenible, está enmarcado en las líneas de investigación de la Facultad de Educación e Idiomas, del Departamento de Francés y de la carrera Turismo Sostenible. Este trabajo investigativo cumple los requisitos necesarios para ser presentado ante el comité académico evaluador de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

MSc. Lisseth G. Castro Soza

Tutora

RESUMEN EJECUTIVO

El “Análisis de la demanda turística actual del Municipio de San Juan del Sur, en el mes de octubre del año 2017”, fue desarrollado en la ciudad de San Juan del Sur, Departamento de Rivas.

El principal objetivo es analizar la demanda turística actual de San Juan del Sur, la investigación posee un enfoque cuantitativo con incidencia en lo cualitativo, el método utilizado es el teórico y tiene un alcance transversal.

La descripción del perfil del turista nacional y extranjero que visita San Juan Del Sur, es de vital importancia para comprender los diferentes segmentos a los que se puede apuntar según la realidad del destino, de tal manera que facilite a las Instituciones o empresas turísticas públicas y privadas a la elaboración de un plan de marketing, estudios de mercado turísticos, actualizar el plan de desarrollo turístico u otras investigaciones relacionadas.

Así también, como parte del desarrollo se abordaron diferentes aspectos con la funcionalidad de cumplir con los objetivos planteados, los cuales son los siguientes:

Conocer la situación del mercado turístico internacional, explicando la situación del turismo a nivel mundial según la OMT además abarca las tendencias del turismo hacia el 2030. Se tomó en cuenta la Situación del mercado turístico nacional a través del boletín estadístico del INTUR 2016 en el cual se hace referencia a la oferta y demanda turística local de manera general y el departamento donde se llevó a cabo el estudio. El análisis Pest donde se estudian los factores externos políticos, económicos, sociales y tecnológicos, lo que permitió conocer y analizar el Macro entorno del destino. Cuanto más profundo sea el análisis, mejor será poder tomar decisiones y el análisis de la demanda turística actual del destino, donde se presentó los resultados obtenidos de la presente investigación.



I. INTRODUCCIÓN

El estudio está enfocado en el análisis de la demanda turística actual del municipio de San Juan del Sur, para estudiar los diferentes factores que condicionan las decisiones de viaje y que sirva de guía para elaborar estrategias acordes a los resultados obtenidos. El municipio de San Juan del Sur no cuenta con dicho estudio a pesar de ser uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional, por lo tanto no existen planes de marketing o estrategias que tomen en consideración el perfil del turista actual de la zona.

Entre los antecedentes de estudios realizados en el municipio de San Juan del Sur se encontró que en el año 2006 se realizó un Plan de desarrollo turístico elaborado por el Gobierno Municipal con el objetivo de crear y consolidar el producto turístico de San Juan del Sur como desarrollo económico local y un estudio sobre la Experiencia de Ecoturismo en el Refugio de Vida Silvestre La Flor, San Juan del Sur realizado por estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua en el año 2016, con el objetivo de conocer la experiencia de ecoturismo además de identificar los principales impactos y retos que perjudicaban la Zona Protegida.

En el presente estudio se investigaron algunos aspectos relevantes sobre el turista como características demográficas, motivaciones de viajes, servicios en que realizan más gastos entre otras. En base a los resultados obtenidos se puede identificar a que segmentos de mercado pueden apuntar las empresas turísticas.

La investigación realizada posee un enfoque Mixto, lo cual permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística. En dichos casos la descripción del perfil del turista que visita San Juan Del Sur, el cual ayuda a comprender los diferentes segmentos a los que se puede apuntar según la realidad del destino, a través del análisis estadístico de encuestas realizadas a 54 turistas nacionales y extranjeros.



Esta investigación es de alcance transeccional o transversal descriptiva, ya que se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. El procedimiento consiste en estudiar diversas variables a un grupo de turistas y así proporcionar su descripción. El proceso investigativo se llevó a cabo durante el año dos mil diecisiete específicamente en el II semestre, en el mes de octubre describiendo la situación y las características de la demanda en este mes del año.

El método utilizado es el teórico. Así como Método empírico-analítico porque se basa en la experiencia del investigador, la observación del fenómeno turístico en los destinos y el análisis estadístico de la demanda. Por medio de estos métodos se ha logrado conocer la realidad actual del destino y el desarrollo que ha alcanzado en el transcurso de los años, bajo el apoyo de valores numéricos obtenidos a través de procedimientos estadísticos, donde se han conseguido medir cada uno de los valores de las variables aplicadas a la muestra del sitio.

Se utilizaron algunas fuentes de información tanto nacional como Internacional entre los que se pueden mencionar Boletín estadístico del INTUR 2016, Panorama del Turismo Internacional 2017 de la OMT, Informe de Cartografía digital y censo de edificaciones de la Cabecera Municipal de San Juan del Sur elaborado por el Banco Central de Nicaragua (BCN).

Las técnicas para recolección de datos fueron la Encuestas, Entrevistas, Revisión de información, las cuales fueron aplicadas. Por otro lado se realizó una prueba piloto, aplicada a estudiantes del III año de la carrera de turismo, y así evaluar la confianza, fácil llenado y validez de la encuesta. Una vez finalizado este proceso, se procedió a la elaboración de la versión final del instrumento y su traducción al inglés como lengua conocida internacionalmente.

Este análisis no pretende estudiar el comportamiento de todos y cada uno de los turistas que visitan el destino, es por ello que el estudio se centra sobre una parte de la población objetivo denominada muestra. Se tomó una muestra probabilística aleatoria cuya cantidad estuvo en dependencia de los turistas que visitaban el destino durante el mes de octubre, la afluencia de los visitantes en los días



establecidos de visitas de campo, de la disposición a colaborar con el llenado y de las condiciones climáticas del momento.

Para aplicar las encuestas, se realizaron 3 visitas al destino, en los siguientes sitios: la playa, el parque municipal, mercado municipal, templo parroquial, calles más transitadas, en donde se le ha pedido colaboración a los turistas, proporcionándoles ayuda en la lectura, lápiz y aclaraciones en su idioma con respecto al llenado.

Una vez llenadas las encuestas se procedió a ingresar los resultados en una base de datos, donde el programa utilizado para crear la base de datos fue Excel; este permite que a través de hojas de cálculo conformadas por tablas, insertar los datos obtenidos de las encuestas en absoluto orden, logrando obtener las sumas totales de los datos y luego así crear gráficas de cada variable proporcionando de esta manera una idea visual de las estadísticas. En este estudio se recogen las principales unidades de análisis y las correspondientes variables de observación de movimientos turísticos y características de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el destino. Entre las que están:

- Nacionalidad o país de residencia
- Segmento de Edades
- Sexo
- Estado civil
- Situación en relación a la actividad
- Ocupación profesional
- Propósito o motivo de la visita
- Actividades realizadas en el destino
- Organización del viaje
- Canal informativo para el conocimiento del lugar
- Primera visita o repetición
- Medio de transporte
- Duración de la estancia
- Forma de viaje
- Gasto Turístico



II. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo, fue elaborado en primer lugar con fines académicos poniendo en práctica los conocimientos científicos técnicos adquiridos en la carrera además se realizó una recopilación de información básica para cumplir con los objetivos propuestos en el siguiente documento entorno al Municipio de San Juan del Sur.

San Juan del Sur se ha convertido en uno de los destinos más visitados por los turistas extranjeros, así como por los nacionales. Cuenta con diversos prestadores de servicios lo que le facilita al turista la estadía, por esta razón se ve la necesidad de elaborar un estudio de la demanda turística actual, ya que si bien es cierto que es un destino con un flujo considerable de turistas, éste no cuenta con una investigación basada en identificar el perfil del turista, los factores que atraen la atención de los visitantes y a que segmento de mercado apuntar.

Con el presente estudio Análisis de la demanda turística actual en el municipio de San Juan del Sur en el mes de octubre del año 2017, se pretende dar a conocer las características de los turistas a través de una serie de variables que fueron planteadas para concretar este estudio adecuadamente.

De esta manera la información recopilada fue procesada y entorno a los resultados obtenidos de este estudio, servirá de guía para la creación de un plan estratégico de marketing enfocado a las características y necesidades de la demanda actual de turistas en San Juan del Sur aportando al desarrollo turístico local con la intervención en primer instancia del Gabinete Municipal de turismo y sub-delegación del INTUR que son los encargados de promover el desarrollo turístico en el Municipio y los diversos prestadores de servicios turísticos públicos y privados puesto que son los que entran en contacto directo con los turistas.



III. OBJETIVOS

Objetivo General

- ❖ Analizar la demanda turística actual del Municipio de San Juan del Sur, en el mes de octubre del año 2017.

Objetivos específicos

- Conocer la Situación actual del Turismo Internacional.
- Describir la Situación actual del Turismo Nacional.
- Realizar un análisis Político, Económico, Social y Tecnológico (PEST)
- Identificar la demanda actual del Municipio de San Juan del Sur durante el mes de octubre del año 2017.



IV. DESARROLLO DEL SUBTEMA



4.1 Situación del Mercado Turístico Internacional

4.1.1 Turismo Mundial

Según la OMT en el panorama Internacional de Turismo 2017, el número de llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) creció un 3,9% hasta alcanzar un cifra de 1.235 millones en todo el mundo, lo que constituye un aumento de 46 millones con respecto al año anterior. Fue así el séptimo año consecutivo en que el turismo internacional crecía por encima de la media, tras la crisis económica mundial de 2009. Desde los años sesenta del siglo pasado no se había registrado una secuencia similar de crecimiento sólido e ininterrumpido.

Por regiones, según la clasificación de la OMT, Asia y el Pacífico se ha situado a la cabeza del crecimiento, con un aumento del 9% en llegadas internacionales, seguida de África (+8%) y las Américas (+3%). En Europa (+2%), la región más visitada del mundo, los resultados han sido desiguales, mientras que los datos disponibles para Oriente Medio (-4%) apuntan a una disminución de llegadas. Los ingresos por turismo internacional aumentaron un 2,6% en términos reales (teniendo en cuenta las fluctuaciones de los tipos de cambio y la inflación), con unos ingresos estimados de 1.220.000 millones de dólares de los EE.UU. en 2016 (1.102.000 millones de euros).

En 2016, Francia, los Estados Unidos de América, España y China siguieron copando los primeros puestos por llegadas internacionales. En cuanto a ingresos por turismo internacional, los Estados Unidos y España permanecen en cabeza, seguidos de Tailandia, que escaló hasta la tercera posición desde la sexta, y de China, que ocupa el cuarto puesto. Francia e Italia avanzaron hasta el quinto y sexto puesto respectivamente en la clasificación de ingresos, mientras que el Reino Unido, México y Tailandia pasaron a los puestos sexto, octavo y noveno en llegadas.



China, los Estados Unidos y Alemania lideraron el turismo emisor en sus respectivas regiones en 2016, y se mantuvieron a la cabeza del ranking de gasto en ese orden.

Llegadas de turistas internacionales

Las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) alcanzaron un total de 1.235 millones en 2016. Fueron 46 millones más que en 2015, lo que equivale a un incremento del 3,9%. El ritmo de crecimiento mundial fue ligeramente más moderado que en 2015 (4,5%). la mayoría de destinos se ha beneficiado del crecimiento general debido a la mayor demanda de turismo, la mejora de la conectividad, el abaratamiento del transporte aéreo y la simplificación de los trámites para obtención de visados en muchos países.

Con respecto al transporte más de la mitad de los visitantes que pernoctan viajaron a su destino en avión (55%), mientras que el resto lo hizo en transporte de superficie (45%), bien por carretera (39%), en ferrocarril (2%) o por vías acuáticas (4%). A lo largo del tiempo se ha observado una tendencia en el transporte aéreo a crecer a un ritmo ligeramente superior al del transporte de superficie, por lo que su cuota ha aumentado gradualmente.

Turismo receptor por medio de transporte		
Aéreo	Avión	55%
Superficie	Ferrocarril	2%
	Carretera	39%
	Vía acuática	4%
Total		100%

Tabla 1 Tipo de transporte más utilizado a nivel mundial

Fuente: OMT-Elaboración propia

Motivos de viaje

Los viajes de vacaciones, recreo u otras formas de ocio representan más de la mitad de las llegadas de turistas internacionales (53% o 657 millones) a fecha de 2016. Alrededor del 13% de turistas internacionales manifestaron haber viajado por negocios y motivos profesionales, y otro 27% por otras razones, tal y como visitar a amigos y parientes, motivos religiosos y peregrinaciones, tratamientos de salud, entre otros. El motivo de la visita para el 7% restante no se ha especificado.

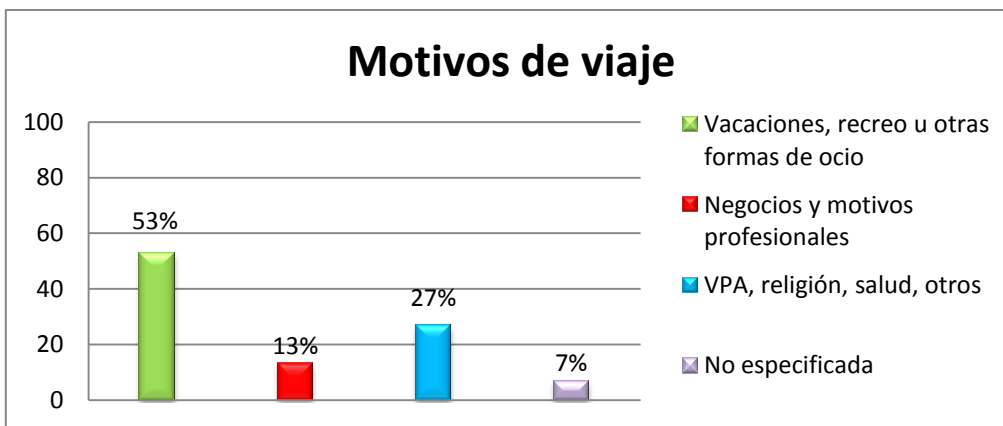


Gráfico 1 Motivos por turismo receptivo

Fuente: OMT-Elaboración propia

Ingresos por turismo internacional

Los ingresos que se obtuvieron por gastos en destino por visitantes internacionales en alojamiento, comida y bebida, ocio, compras y otros bienes y servicios alcanzaron la cifra de US \$ 1.220.000 millones en 2016. En términos reales, los ingresos por turismo aumentaron un 8% en África, un 5% en Asia y el Pacífico, un 3% en las Américas y un 1% en Europa, mientras que se redujeron un 2% en Oriente Medio. Además el turismo internacional generó otros US \$ 216.000 millones en exportaciones a través de servicios de transporte internacional de pasajeros, prestados en 2016 a no residentes. De esta manera el turismo internacional (incluidos los ingresos obtenidos por los destinos y los del transporte de pasajeros) representa el 30% de las exportaciones de servicios mundiales. Representa también el 7% de las exportaciones globales de bienes y servicios.



4.1.2 Turismo en las Américas

Las llegadas internacionales a las Américas aumentaron en 7 millones (+3%) en 2016, hasta alcanzar casi los 200 millones, lo que equivale al 16% del total mundial. La demanda de viajes permaneció fuerte en la región, a pesar de la preocupación por el virus del Zika en algunos destinos.

Por subregiones, América del Sur (+7%) lideró los resultados, seguida del Caribe y América Central (ambos +5%), mientras que América del Norte recibió un 2% más de llegadas.

Los ingresos por turismo internacional en las Américas aumentaron un 3% en términos reales, hasta los US \$313.000 millones. Es decir, US \$8.000 millones más que en 2015. América del Norte, que representa dos tercios del total de llegadas de la región, registró un crecimiento del 2% en 2016. Tanto Canadá (+11%) como México (+9%) disfrutaron de una fuerte demanda de turistas estadounidenses, gracias en parte al tipo de cambio favorable de sus divisas con respecto al dólar. Las llegadas en los Estados Unidos disminuyeron ligeramente (-2%).

Los resultados de América del Sur (+7%) se vieron impulsados por Chile que, con un crecimiento del 26%, registró su tercer año consecutivo de crecimiento de dos dígitos. Colombia (+11%) y Uruguay (+10%) también tuvieron tasas de crecimiento de dos dígitos, mientras que Perú (+8%) siguió disfrutando de un fuerte alza en llegadas. Brasil, el mayor destino de la subregión, tuvo un crecimiento del 4% en número de llegadas, después de albergar los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Río 2016. Ecuador sufrió un pequeño declive tras el terremoto de abril, que afectó a algunas zonas costeras.

En América Central (+5%), las cifras de crecimiento fueron positivas en prácticamente todos los destinos, con Costa Rica a la cabeza, con un aumento del 10% de las llegadas, Nicaragua con un 9% y Guatemala con el 8%. Los resultados de Honduras (+3%) y El Salvador (+2%) fueron más modestos, mientras que las



llegadas disminuyeron en Panamá después de unos resultados muy notables en 2015.

El Caribe registró buenos resultados en 2016 (+5%), situándose al frente Cuba (+14%), seguida de la República Dominicana (+6%). En Puerto Rico, las llegadas crecieron un 5% el año pasado, mientras Jamaica recibió un 3% más de turistas internacionales. Las Bahamas no registraron cambios y Aruba sufrió una caída, mientras que los destinos insulares pequeños obtuvieron resultados desiguales.

4.1.3 Tendencias del Turismo

Según la OMT en el informe “El turismo hacia 2030”, publicado en el 2012, las llegadas de turistas internacionales alcanzarán los 1.800 millones en 2030, con un crecimiento anual del 3,3% en el periodo 2010-2030.

A más corto plazo, para 2020, se espera que el número de turistas internacionales alcance los 1.400 millones anuales; y que en 2023 la cifra llegue a los 1.500 millones. Como media, cada año el turismo internacional se incrementará en 43 millones de turistas entre 2010-2030

Todo ello significa que, en dos décadas, cinco millones de personas cruzarán cada día las fronteras internacionales por motivos de ocio, por asuntos profesionales o con otros fines, como las visitas a amigos y familiares.

Según PLANTUR (2009-2020), El turismo se enfrenta a nuevos desafíos en torno al deterioro de la economía global, sin embargo, a pesar de las fluctuaciones, puede llegar a ser uno de los factores claves que contribuyan a superar las dificultades económicas, además de jugar un rol vital, en el desarrollo de la denominada “economía verde”, una actividad respetuosa del medio ambiente.

Las tendencias de la economía mundial y los cambios acelerados que se están verificando en todos los ámbitos, afectarán de manera significativa al desarrollo de la actividad turística: el incremento en los años de vida saludable de los seres humanos, el cambio climático, las innovaciones en el transporte, el desarrollo de las TIC’s, el comercio por Internet, las brechas en la distribución de la riqueza, a modo de ejemplo, delinearán el nuevo escenario para el turismo 2020.

A continuación se presenta una breve reseña sobre las tendencias a nivel internacional y regional de la actividad turística.

-Las llegadas por turismo internacional.

El turismo se ha transformado en uno de los fenómenos económicos y sociales más destacados del siglo XXI.



A pesar de que se considera que Europa seguirá siendo el principal destino turístico, el turismo actual, se caracteriza por su fuerte expansión general y por la creciente tendencia de los turistas a visitar nuevos destinos, a lo que se añade la diversificación de los productos turísticos y el aumento de la competencia entre destinos.

Dada la desaceleración de las grandes economías, las previsiones para el corto plazo son de estancamiento o de leve contracción. Europa y las Américas serán las regiones más afectadas. Sin embargo, a pesar de esta estimación, la OMT reafirma el mensaje de que el turismo es un sector de la economía notablemente resistente que volverá a experimentar un fuerte crecimiento cuando la crisis económica amaine.

Aunque la evolución del turismo en los últimos años ha sido irregular, las predicciones para el largo plazo se mantienen, previéndose 1.600 millones de llegadas internacionales para 2020.

-El turismo como herramienta para la atenuación de la pobreza.

El turismo es una potencial herramienta para la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, contribuyendo económica y socialmente a las comunidades locales a través de la generación de empleo directo e indirecto. Actualmente, no sólo es la principal fuente de empleo en muchos países, sino que también permite el ingreso al mercado de trabajo a sectores con dificultad de inserción laboral, como jóvenes y mujeres.

A partir de las prácticas turísticas, distintas actividades (industriales, agropecuarias, artes y artesanías, construcción y otras), se ven impulsadas hacia el crecimiento económico, propiciando un escenario favorable para los emprendimientos de las pequeñas y medianas empresas.

El desarrollo planificado e instrumentado desde la participación de los actores de la actividad turística, vuelca ingresos a destinos y sectores sociales deprimidos, contribuyendo con indicadores palpables a las políticas de atenuación de la pobreza. En la medida en que la actividad se convierte en motor dinamizador de



las economías, se propicia un marco para el fomento, sensibilización y apoyo a la protección del entorno natural y sociocultural.

- Diversificación del turismo

En los últimos 50 años el turismo no solo experimentó un gran crecimiento, sino una marcada tendencia a la diversificación. Hasta los 80 ´s el turismo internacional se caracterizó por su concentración en zonas costeras y marítimas, durante el verano y con la motivación de recreación y descanso ligado al producto sol y playa.

La tendencia es al cambio. Por un lado turistas más informados y exigentes, con mayor disponibilidad para viajar, y el consiguiente fraccionamiento de las vacaciones, con cierta flexibilidad laboral, y con un incremento en los años de vida saludables, y una mayor renta disponible para viajes. Por otro lado, el mercado provee nuevos destinos, aumentando la diversificación de productos turísticos ofertados y destinos emergentes, como el Este Asiático y el Pacífico, el Sur Asiático y el Medio Oriente, que están compitiendo por mayores porciones de mercado. Sin embargo, estas regiones tienden a ser más vulnerables que los destinos tradicionales, por su situación política, económica, social y por la gestión de los recursos naturales.

Europa y América del Norte siguen siendo las principales regiones receptoras de turismo, sin embargo China emergerá sustancialmente. En general habrá más competencia y más destinos se desarrollarán en el mundo.

-La respuesta del consumidor

La conducta del consumidor, como ya se ha mencionado, ha cambiado como respuesta al crecimiento económico general y a la mayor disponibilidad de tiempo para viajar. El modelo de demanda turística está variando hacia vacaciones más cortas, más frecuentes y más intensivas. Aún más, es probable que la presión laboral haga de las vacaciones una necesidad vital.



A continuación se presentaran 5 tendencias que tendrán auge en el 2017. Así lo indica Coppola (2016).

-Turismo activo y de aventura

La balanza demográfica de esta tipología de cliente se inclina hacia el lado femenino (53% vs. 47%), especialmente en África (57%).

América del Norte y del Sur son los destinos de aventura top para los clientes. Hay un creciente interés entre los viajeros para experiencias más personalizadas y un interés decreciente para la aventura extrema.

Para 2017, se espera que las actividades de aventura como safaris, excursionismo y ciclismo sean opciones a destacar.

-Mujeres que viajan solas

El 80% de las decisiones de viaje son tomadas por mujeres. Ya sean casadas, solteras o divorciadas, las mujeres lideran el camino y la industria turística está tomando nota. Las viajeras actuales están dispuestas a explorar y disfrutar experiencias nuevas. Tienen peso a la hora de decidir el dónde de sus vacaciones y el cómo ir hasta allí. Y muchas de ellas eligen viajar solas.

En 2014, un 72% de las mujeres americanas viajaron solas en alguna ocasión. Este número no hará más que crecer los siguientes años ya que más y más mujeres están realizando viajes adaptados a sus necesidades.

Las empresas de tours y actividades no pueden obviar este mercado. Representa una importante porción de sus clientes potenciales. Los proveedores de ocio pueden beneficiarse de ello si dan y transmiten seguridad a las viajeras solitarias..

-Turismo gastronómico

El turismo gastronómico se ha vuelto una tendencia emergente en todo el mundo, el editor de Skift UK, Patrick Whyte, indicó en el evento de turismo gastronómico TouRRoir 2016, que las experiencias gastronómicas no se limitan simplemente cenar fuera, sino que esto solo constituye un 5% de las posibilidades.



En este sector pueden incluirse cursos de cocina, tours en granjas, viñedos y mercados, degustaciones, etc.

Estas experiencias están muy ligadas a la cultura del destino. Muchos viajeros eligen la gastronomía como forma de acercarse a la cultura local, por lo que es un recurso muy valioso para las empresas turísticas.

-Turismo sostenible

Los cambios globales nos afectan a todos. Cada vez más viajeros son conscientes del impacto que sus experiencias tienen en el planeta y, como resultado, más personas están optando por medidas sostenibles en sus viajes.

"2017 ha sido señalado como el Año del Turismo Sostenible por las Naciones Unidas como una oportunidad única de avanzar la contribución del sector turístico a los tres pilares de la sostenibilidad -económico, social y medioambiental, mientras se genera conciencia acerca de las verdaderas dimensiones de un sector que es a menudo infravalorado"

Diversas campañas globales han sido creadas para promover formas sostenibles de viajar, por lo que los profesionales del turismo deberían esperar un cambio en la forma de pensar de los viajeros en todo el mundo. Estos estarán más interesados en el impacto medioambiental, económico y social que generarán en el destino que visitan, y es muy probable que apoyen a aquellas empresas que respeten y compartan estos valores.

-Fotografía móvil

En 2017, los turistas seguirán buscando formas de documentar sus viajes. Debido a la creciente calidad de las cámaras de los dispositivos móviles actuales, es natural que cada vez más viajeros las utilicen para conservar sus momentos más notables.

Los operadores de tours y proveedores de actividades pueden beneficiarse de esta tendencia, ya que sumará valor a sus esfuerzos de marketing mediante contenido generado por los mismos usuarios.

4.2 Situación del Mercado Turístico Nacional

4.2.1 Oferta Turística

Según el boletín estadístico del INTUR 2016 los centros turísticos propiedad del INTUR han tenido un aumento de llegadas de turistas con respecto a años anteriores por lo cual La Boquita aumento un 1.8% con 357,491 turistas, Pochomil aumento un 0.1% con 326,020 turistas, Xiloa 2.9% con 220,603% turistas, El Trapiche tuvo un descenso de 1.7% con 155,845 turistas, y Granada creció un 5.8% con 1,319,915 turistas.

A Nivel Nacional existen 1,177 establecimientos con 15,348 habitaciones y 26,144 camas. Existe una tipología y categorización de los alojamientos adecuados a las necesidades de cada turista el cual será representado en la siguiente tabla:

Categorización	Tipología			
	Hoteles	Condo-Hotel	Aparta-Hotel	ATCNH
*****	10	1	-	-
****	34	4	-	1
***	95	2	6	73
**	117	1	5	142
*	116	-	4	566

Tabla 2 Tipos y categorías de alojamientos a nivel nacional

Fuente: INTUR-Elaboración propia

ATCNH: Alojamiento Turístico de carácter no Hotelero

Oferta Turística Nacional de Alojamientos según departamentos

Según el Boletín Estadístico del INTUR 2016, Managua cuenta con 185 establecimientos, 4041 habitaciones, 6737 camas. Rivas 155 establecimientos, 1751 habitaciones, 3043 camas. Granada 140 establecimientos, 1434 habitaciones, 2580 camas. León 128 establecimientos, 1281 habitaciones, 2628 camas. Estelí 66 establecimientos, 755 habitaciones, 1477 camas. Masaya 55 establecimientos, 543 habitaciones, 1073 camas. Jinotega 53, 605 habitaciones, 925 camas. Río San Juan 40 establecimientos, 383 habitaciones, 696 camas. Chontales 38 establecimientos, 506 habitaciones, 669 camas. Chinandega 36 establecimientos, 473 habitaciones, 849 camas. Nueva Segovia 21 establecimientos, 259 habitaciones, 378 camas. Boaco 19 establecimientos, 239 habitaciones, 315 camas. Madriz 13 establecimientos, 157 habitaciones, 293 camas.

RAAS 102 establecimientos, 1360 habitaciones, 1916 camas. Matagalpa 76 establecimientos, 895 habitaciones, 1613 camas. RAAN 26 establecimientos, 415 habitaciones, 526 camas. Carazo 24 establecimientos, 251 habitaciones, 426 camas.

A nivel nacional los hoteles ocupan 28.9% del total de establecimientos, Alojamientos turísticos de carácter no hotelero conforman el 69.5%, Aparta-hoteles el 0.9% y Condo-hoteles el 0.7% del total de establecimientos a nivel Nacional.

Capacidad de Alojamiento de Condo-hoteles y Aparta-Hoteles a nivel Nacional

Estelí Aparta-hoteles de 3 estrellas 10 habitaciones y 14 camas, Aparta-hotel 2 estrellas 2 habitaciones y 2 camas, Aparta-hotel 1 estrella 20 habitaciones y 26 camas, Granada Condo-hotel de 4 estrellas, 4 habitaciones y 8 camas. Condo-hotel 3 estrellas, 9 habitaciones y 19 camas. Condo-hotel 2 estrellas, 11 habitaciones 12 camas. Aparta-hotel de 3 estrellas, 26 habitaciones 56 camas. Aparta-hotel 2 estrellas, 13 habitaciones, 21 camas. León Aparta-hotel 1 estrella



13 habitaciones, 13 camas. Rivas Condo-hotel 5 estrellas, 37 habitaciones, 40 camas. Condo-hotel 4 estrellas, 88 habitaciones, 158 camas.

Actualmente hay diferentes establecimientos de Alimentos y bebidas a nivel nacional entre ellos 1,837 Restaurantes, 534 Cafeterías, 2,830 Bares, 146 Centros Recreativos y 3 Centros turísticos cultural siendo un total de 5,350 solo en A&B. 6 Centros de diversión nocturna, 13 centros nocturnos, 115 discotecas, 28 Agencias de Viajes, 161 Tour operadoras, 248 empresas de transporte terrestre y acuáticos y 259 Moteles.

Destinos turísticos más visitados a nivel nacional

1	Ciudades Coloniales	51.1%
2	Playas del Pacífico	33.7%
3	Isla de Ometepe	12.3%
4	Mercado de Artesanías	10.8%
5	Pueblos Blancos	7.9%
6	Reservas Naturales	7.9%
7	Isletas de Granada	7.9%
8	Corn Island	3.1%
9	Otros sitios	72.2%

Tabla 3Destinos turísticos más visitados en Nicaragua

Fuente: INTUR-Elaboración propia



Oferta Turística de Rivas

Según el boletín estadístico del INTUR 2016 el departamento de Rivas en relación con años anteriores ha venido creciendo en el área de alojamiento en un 13.2%, 11% en habitaciones y 11.6% en camas. Hoy en día cuenta con 155 establecimientos para alojar turistas con 1,751 habitaciones y 3,043 camas adecuados a los gustos y preferencias de los visitantes, a continuación la presente tabla contendrá información de la tipología y categoría así como el número de habitaciones y camas que poseen actualmente.

Tipología y categorización	Número de establecimientos	Número de habitaciones	Número de camas
Hotel			
****	5	146	205
***	19	259	600
**	20	211	421
*	6	85	153
Condo-Hotel			
*****	1	37	40
****	3	88	158
Aparta-Hotel			
	0		
ATCNH			
***	6	71	109
**	12	98	143
*	83	658	1214

Tabla 4 Tipos y categorías de alojamiento en Rivas

Fuente: INTUR-Elaboración propia

ATCNH-Alojamiento Turístico de
Carácter no Hotelero



El departamento de Rivas cuenta con una variedad de servicios turísticos para atender las necesidades de cada turista entre ellas 94 restaurantes, 29 cafeterías, 140 bares y 3 centros recreativos en donde podrán disfrutar de los Alimentos y bebidas del lugar. 1 centro de diversión nocturna, 15 operadoras de viajes, 60 empresas de transporte turístico terrestre y acuático, 2 centros nocturnos y 8 moteles

4.2.2 Demanda Turística

Según la clasificación migratoria del boletín estadístico del INTUR 2016 llegaron 1,504,414 turistas en el país 94% en comparación a los excursionistas con un 5.7%.

El 31.7% de los turistas (476,476) entraron por vía aérea en el aeropuerto internacional de Managua, el 25.9% por el puesto fronterizo de peñas blancas con 389,209 turistas, el 19.6% en el puesto fronterizo el Guasaule con 295,224 turistas y el 22.8% por otros puestos fronterizos.

Según la vía de entrada 478,824 turistas entraron por vía aérea (31.8%), 1,009,8977 por vía terrestre (67.1%) y 15,692 turistas por vía acuática (1.0%).

Los principales visitantes extranjeros son provenientes de Centroamérica con 997,726 que representa el 66.4% de las llegadas de turistas a Nicaragua seguido por Norte América con 346,186 siendo el 23% luego Europa con 101,115 con un 6.7% y por ultimo Sur América con 31,629 siendo el 2.1% de llegadas de turistas.

En la presente tabla se representara la llegada y procedencia de los turistas por vías de entrada y los países de esas regiones que más visitan Nicaragua.

Regiones	Vía aérea	Vía terrestre	Vía acuática	Países que más visitan Nicaragua
Centro América	113,710 turistas	880,091 turistas	3,925 turistas	Honduras 30.1% y Nicaragua 24.5%
Norte América	280,306 turistas	62,565 turistas	3,317 turistas	Estados Unidos 83.3%
Europa	49,756 turistas	47,995 turistas	3,364 turistas	Alemania 17.6%, Inglaterra 16.7% y España 13.3%
Sur América	22,175 turistas	9,228 turistas	226 turistas	Colombia 22.2%, Ecuador 15.7% y Argentina 15.5%

Tabla 5 Llegadas y procedencia de los turistas

Fuente: INTUR-Elaboración propia

Los turistas que visitan Nicaragua mayoritariamente son del género Masculino (61,2%) aunque existe un flujo representativo de mujeres (38.8%) entre ellos adultos que rondan entre 26 a 40 años (47.5% de los turistas) seguido por adultos mayores a 41 años (39.6%) y menores de 25 años (12.9%)

Estudios alcanzados

En el presente gráfico se representa de forma porcentual el nivel de estudios alcanzados por los turistas que visitan Nicaragua

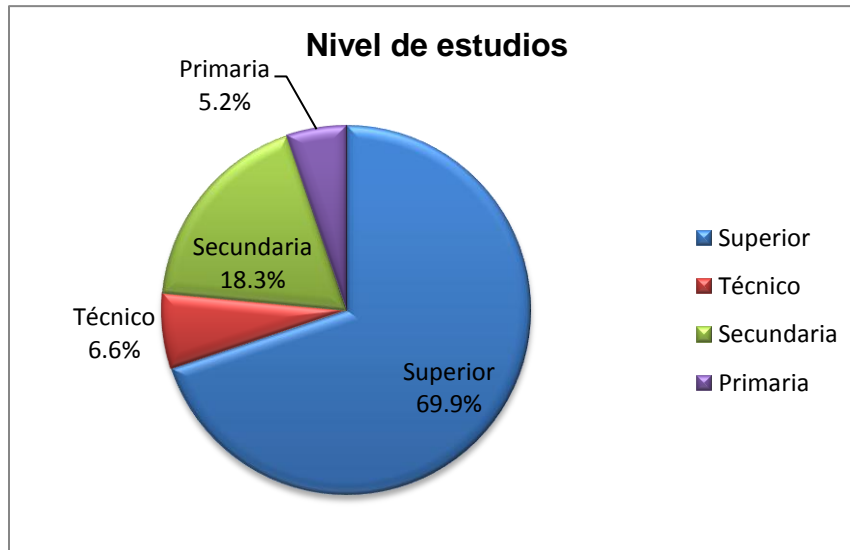


Gráfico 2 Nivel de estudios alcanzados

Fuente: INTUR-Elaboración propia

Organización de viaje

El 98.9% de los turistas que entran a Nicaragua viajan por cuenta propia y el 1.1% contrata una agencia de viajes además el 58% viaja solo, el 21% con sus familias y el 21% con amigos.

Información que lo motivo a viajar

El 48.9% de los turistas visita Nicaragua por recomendaciones de familiares o amigos, el 19.1% se informó a través de páginas web, el 6.1% por revistas, 0.5% por una agencia de viaje, el 0,1% por promoción de destinos turísticos en su país de origen y el 25.3% viajó sin informarse antes de viajar.

Motivos de viajes

La mayor motivación de los turistas extranjeros fue por realizar turismo; entre ellas vacaciones o recreo, visitas a familiares o amigos en un 70%. Por negocio o trabajo el 18.4%, congresos y ferias 1.4% y otros por salud y religión el 9.4%.

Alojamiento utilizado

Gran cantidad de los turistas extranjeros se hospedan en casa de familiares y amigos ocupando el 69.5% del total de turistas que entran a Nicaragua luego el 26.2% se aloja en hoteles u otros.

Permanencia en el país

En la siguiente gráfica se mostrara la duración de noches que se quedan los turistas a nivel nacional.

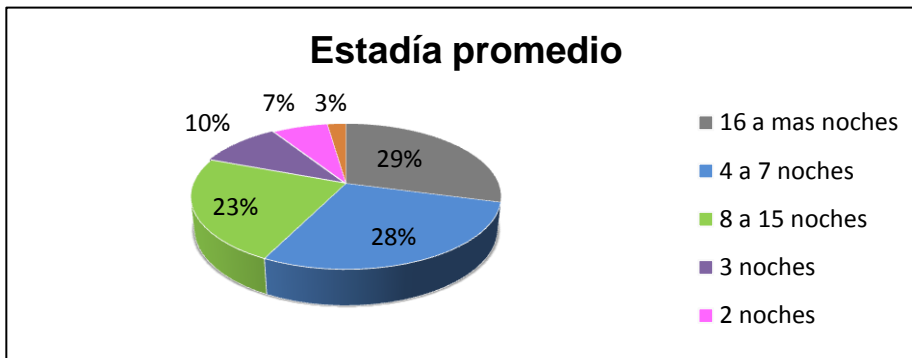


Gráfico 3 Estadía promedio de los turistas en Nicaragua

Fuente: INTUR-Elaboración propia

Actividades realizadas por los turistas

Según el Boletín estadístico del INTUR 2016 las actividades realizadas a Nivel Nacional son:

Senderismo, Escalar volcanes, Surfing, Kayak, Esquí sobre arena, Ciclismo, Canopy, Visitas/paseos a sitios, Paseo en el Puerto Salvador Allende, Esnórquel, Buceo, Pesca, Tours varios ,Cabalgata ,Natación ,Tours Café ,Caminatas, Paseo en bote/lancha , Avistamiento de aves, Avistamiento de fauna Marina y otras actividades.



4.3. Análisis Político, Económico, Social y Tecnológico del destino San Juan del Sur.

El análisis PEST fue realizado a través de entrevistas a pobladores de San Juan del Sur y personal encargado de la sub delegación del INTUR, recopilación de información por medio de páginas web e informes elaborados por el Instituto Nicaragüense de turismo y el Banco Central de Nicaragua.

4.3.1 Factor político

- El gobierno de Nicaragua como parte de sus responsabilidades en el desarrollo económico nacional ha elaborado una serie de Políticas para cada sector económico y Proyectos de Desarrollo Para Potenciar la Inversión en el período 2017-2021 en el sector turismo se plantearon 10 políticas para el desarrollo de la actividad entre ellas: el protagonismo de las familias Nicaragüenses en la actividad turística, impulsar capacitaciones a las personas que trabajan en la actividad turística con el fin de mejorar la calidad y responsabilidad en los servicios turísticos, Promover la inversión para mejorar las condiciones y aumentar la infraestructura turística e impulsar el desarrollo del turismo nacional para fortalecer la identidad Nicaragüense a partir de la cultura y valores de las diversa regiones del país.

Entre los proyectos que se plantean para inversiones potenciales del sector turismo están la Remodelación de Centros Turísticos de Nicaragua, Desarrollo de Rutas Turísticas, ampliación de capacidades del aeropuerto A.C. Sandino y además la Construcción de una Terminal de Cruceros en San Juan del Sur.

- San Juan del Sur es uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional por ende esta apegada a las leyes y regulaciones del INTUR quien es el ente regulador del turismo a nivel nacional y su función es promover e

incentivar el desarrollo turístico del país, para poder realizar un buen rendimiento de sus funciones cuenta con distintas delegaciones departamentales para cumplir con mayor eficacia sus objetivos. En el Municipio de San Juan del Sur se encuentra una sub-delegación del INTUR y el Gabinete Municipal de Turismo, la cual favorece al impulso y monitoreo de la actividad turística local.

- Según la oferta Nacional del INTUR de 2016, en San Juan del Sur hay 49 hospedajes, 20 restaurantes, 11 bares, 8 cafeterías, 1 discoteca que están inscritos en el Registro Nacional de Turismo del INTUR. De esta manera les permite iniciar sus operaciones de conformidad con la Ley General de Turismo (Ley 495).
- La ley de incentivos turísticos (ley 306) juega un papel importante para las nuevas inversiones turísticas por parte de inversionistas nacionales o extranjeros, puesto que otorga ciertos beneficios con respecto a exoneraciones de impuestos. En San Juan del Sur debido a la creciente demanda de turistas. Dos nuevos proyectos de inversión se están llevando a cabo beneficiándose de la ley 306, un ejemplo de esto es el proyecto La Joya at Pacific Marlin, que contó con una inversión de más de diez millones de dólares en su primera etapa para ampliar su capacidad de alojamiento.
- San Juan del Sur se apega a las regulaciones de la Ley para el desarrollo de las zonas costeras (ley 690) debido a que se encuentra en las zonas costeras del pacífico, en la que se establece que las nuevas inversiones podrán construir a partir desde donde termina la zona costera marítima de uso público(50 mts) más 200 metros hacia tierra firme con el fin de preservar aprovechamiento sostenible y garantizar el acceso de la población a las zonas costeras a excepción de las inversiones realizadas antes de la entrada en vigor de la presente ley.

- El sector turístico de San Juan del Sur, sufrió grandes daños materiales debido a las fuertes lluvias, por lo tanto los prestadores de servicios solicitaron el apoyo del Gobierno, por lo tanto se estableció una serie de acuerdos para el apoyo a los pequeños y medianos locales afectados en San Juan del Sur.

Parte de los acuerdos establecidos son el apoyo de bancos y micro financieras en trabajar programas ajustados a las necesidades de los afectados y luego presentar propuestas concretas.

Se reforzarán los planes de contingencia y de emergencia de cara a los desastres naturales, también se va a revisar el tema de algunas exoneraciones en términos de impuestos.

Otro aspecto es ajustar un programa de Bono Turístico acorde a las necesidades y afectaciones de los dueños de negocios.

- El Presidente de Cámara de Urbanizadores de Nicaragua (CADUR), afirmó que pondrán a disposición un equipo técnico de ingenieros y arquitectos para colaborar con la alcaldía; además de donar materiales de construcción para la reconstrucción de viviendas o negocios con afectaciones considerables de la tormenta Nate además hay 50 por ciento (de descuento) en la compra de materiales de construcción en las ferreterías de Rivas, para los dueños de negocios afectados

4.3.2 Factor económico

- Según el boletín estadístico del INTUR 2016 y el informe del Banco Central de Nicaragua, el turismo generó US\$642.1 millones en 2016 representando el 28.8% de las exportaciones, la carne de bovino generó ingresos por US\$414.2 millones representando el 18.9%, el café oro generó US\$394.47 millones representando el 18.1% y el oro en bruto representa el 16% generando US\$ 345.85 millones. El sector Turismo se ha logrado mantener dentro de la economía nicaragüense, como el primer rubro generador de divisas en el país, superando los ingresos generados por los principales productos de exportación: carne, café y el oro, resaltando la importancia de la industria turística para el desarrollo económico del país.
- Según Jimmy Hayman Gutiérrez (Concejal Municipal de San Juan del Sur). en el municipio se contabilizan entre 19,000 y 20,000 habitantes, y el 80% depende económicamente de la industria turística, ya que muchas familias han instalado sus propios negocios o rentan sus casas, los pescadores se han dedicado a ofertar tour marítimos en sus pangas, una buena cantidad labora en restaurantes, hoteles, centro de turismo de aventura, deportes extremos, y los servicios turísticos también se han extendido a las comunidades, a través del turismo rural, donde se promueve la flora y fauna.
- La ampliación del Puerto Turístico en San Juan del Sur tuvo una inversión de 4 millones de dólares, el BID hizo un préstamo de 2,5 millones de dólares, mientras que el Estado aportó 1,5 millones de dólares posicionando así a San Juan del Sur en el segmento del turismo de cruceros, que aportara a la economía local. El proyecto incluyó la construcción de cuatro módulos comerciales, donde están instalados tiendas de recuerdos y oficinas de información turística, parques

recreativos, ranchos para merendar y restaurantes que ofrecen comidas típicas nicaragüenses.

- Las nuevas inversiones turísticas aportan al desarrollo económico del país por lo tanto existen leyes que proveen beneficios y exoneraciones de impuesto con el propósito de atraer nuevos inversionistas.

En San Juan del Sur actualmente están en marcha dos proyectos que apuntan a clientes que buscan el confort y lujo. El antiguo Hotel Barlovento se convertirá en un complejo turístico de lujo, porque tiene una de las vistas más privilegiadas de la bahía de San Juan del Sur. Ahí se erige el proyecto La Santa María, que contempla la construcción de una plaza gourmet, suites, apartamentos, villas, signature villas, penthouses, casa club, gimnasio, zona deportiva, piscina infantil, canchas multiusos y estacionamientos en sótanos. La ejecución de la obra arrancó en noviembre del año 2016, prevé una inversión de 40 millones de dólares.

En el municipio se inauguró la primera etapa del condominio de lujo La Joya at Pacific Marlin, la inversión del proyecto hasta el momento es de 12 millones de dólares. La primera etapa del proyecto inició en el 2015 e incluyó la construcción de 11 viviendas con vista al mar, las cuales tienen un costo de 650 mil dólares y cada una cuenta con piscina, cuatro habitaciones, área de servicio y garantizan privacidad. La segunda fase, que iniciará en 2018, se le anexarán cinco Town House, mientras que en la última etapa, en el año 2019, se construirán 16 apartamentos más. Las nuevas inversiones contribuyen a que el turismo se desarrolle y aporte más al dinamismo económico local y del país.

- En el mes de octubre del presente año la tormenta tropical Nate pasó por las playas del pacífico dejando a su paso daños en la infraestructura de restaurantes, pérdidas millonarias de embarcaciones dedicadas al turismo acuático y la pesca artesanal en su recorrido por la bahía de San Juan del



Sur. Para el municipio este desastre representa un duro golpe para la oferta del turismo acuático, que está en un proceso de auge, con una variada oferta que incluye avistamiento de cetáceos, tortugas, tour a playas solitarias y pesca deportiva.

Diferentes embarcaciones como El velero Pelican Eyes, propiedad del hotel que lleva el mismo nombre, precursor del turismo de veleros aparecido por vez primera en la bahía de San Juan del Sur en 1999, El yate Ilusión 3 del comandante Edén Pastora, mientras que el Pacific Marlin II valorado en US\$300,000 era uno de los más grandes de San Juan del Sur, son algunos de los que resultaron destruidos causando grandes pérdidas económicas. La tormenta Nate acabó con el 80% de las embarcaciones y las únicas que resultaron ilesas fueron nueve yates que lograron navegar hasta la bahía Santa Elena, localizada en Costa Rica, a unas 22 millas de San Juan del Sur.

- A pesar de los daños causados por la tormenta tropical Nate al sector turístico, que sufrió severas afectaciones, no incidirá tanto en las proyecciones de su crecimiento ya que en el momento de la tormenta estaban en temporada baja.

Los empresarios pretenden recuperarse en los dos últimos meses del año, considerados una de las tres temporadas con mayor dinamismo para el turismo. Hubieron daños en centros turísticos (restaurantes y bares), dañando las terrazas y accesos a la costa sanjuaneña, así como cuantiosas pérdidas para pescadores artesanales que suministran productos marítimos a la industria hotelera al hundírseles sus pangas.

- Se construyó una moderna terminal portuaria, con un costo de US\$4 millones, con el objetivo de consolidar a la ciudad turística de San Juan del Sur como un atractivo destino de cruceros. La obra de modernización del puerto marítimo fue financiada por el Banco Interamericano de Desarrollo



(BID) y consiste en construcciones verticales, horizontales y acuáticas de cuatro vistosos edificios en los que funcionarán un mercado de artesanías, tiendas, ocho restaurantes, área de información turística y una discoteca. Este proyecto de modernización posiciona a San Juan del Sur en el segmento del turismo de cruceros y permitiéndole competir a nivel centroamericano y ser un destino atractivo para más navieras.

En San Juan del Sur, los turistas de cruceros han sido transportados históricamente del barco a la terminal portuaria en pequeñas embarcaciones conocidas como Ténders, debido a que no existían condiciones, solo podían atracar uno a la vez, pero ahora podrán hacerlo seis al mismo tiempo debido a que se equiparon dos atracaderos.

4.3.3 Factor social

- Los pobladores de San Juan del Sur anteriormente se caracterizaban por trabajar en el desembarco de buques comerciales y a la pesca y con el impulso de la actividad turística local los habitantes fueron adaptándose a éste, creando así sus propios negocios en base a esta actividad mejorando la calidad de vida de muchas personas.
- Una de las preocupaciones que tienen las MIPYMES en San Juan del Sur son los seguros de negocios, debido a que al menos el 90% de los locales, tanto pequeños como medianos, no cuentan con este tipo de protección. Según estimaciones de la Cámara Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Turística algunas empresas no están aseguradas debido a que no han encontrados seguros con precios accesibles debido a esto los negocios ahora se encuentran con problemas por los daños ocasionados por las lluvias.
- Las nuevas inversiones turísticas en el Municipio de San Juan del Sur están generando nuevos empleos; entre ellos, El Proyecto La Santa María que está generando 500 empleos para su construcción y se espera que genere 500 empleos directos y 150 indirectos cuando se lleve a cabo en el 2020. El proyecto La Joya at Pacific Marlin ha generado más de 500 empleos, tanto directos como indirectos.
- Una de las necesidades abordada por la comunidad de sector público y privado es la de construir una nueva entrada al municipio de San Juan del Sur dado el congestionamiento que se ocasiona en la única vía de acceso, por lo que empresarios de la localidad están dispuestos a donar terrenos de su propiedad para hacerlo posible.
- Con el paso de la tormenta tropical Nate fueron muchas las afectaciones que sufrió la población del San Juan del Sur. Las lluvias afectaron el fluido



eléctrico por la caída de árboles y el suministro de agua a causa de las corrientes provocadas por las fuertes lluvias las cuales dañaron algunas tuberías, ocasionando que muchos turistas abandonaran el puerto turístico por razones de seguridad.

Hubo daños en los caminos de tierra, tanto al norte como al sur de San Juan del Sur tras el socavamiento del puente La Flor, las Comunidades Fronterizas de El Pochote, El Naranja y El Ostional, de San Juan del Sur, quedaron incomunicadas vía terrestre, así como varias casas inundadas, donde las familias sufrieron muchas pérdidas materiales. A partir de todo esto la Alcaldía comenzó a trabajar en la rehabilitación de los caminos y carreteras para lograr restaurar la comunicación vía terrestre.

4.3.4 Factor tecnológico

- Según El Banco Central de Nicaragua en el informe de Cartografía Digital y Censo de Edificaciones del Municipio de San Juan del Sur (2017), los establecimientos que hacen uso de las TIC's son de carácter turístico u otro tipo de establecimiento comercial.

En Tecnología de la Información y Comunicación (TIC'S) actualmente existen 523 establecimientos que cuentan con acceso a telefonía móvil, 172 establecimientos poseen servicios de telefonía, seguido por 99 establecimientos que cuentan con correo electrónico y 97 establecimientos con página web.

- El municipio de San Juan del Sur posee una moderna planta de comunicaciones telefónicas. El servicio de teléfonos y correos está a cargo de la empresa Claro, que brinda atención por medio de 302 conexiones domiciliarias distribuidas en el casco urbano. Esto se debe a que este municipio es uno de los destinos a nivel nacional con una gran afluencia de turistas, tanto nacionales como extranjeros, y aglutina a prestadores de servicios turísticos que hacen uso de las telecomunicaciones no visualizándolas como un lujo, sino como una necesidad para el éxito de su actividad.
- El uso de las TIC'S es un factor primordial para el turismo como medio de interacción entre el turista y los prestadores de servicios de cada destino, diversas empresas y establecimientos turísticos en San Juan del Sur han optado por integrar esta herramienta para promocionar sus paquetes turísticos en las redes sociales o creando sus propios sitios web, entre



ellos Palermo Hotel & Resort, Surf Ranch Hotel & Resort y Pelican Eyes Resort & Spa, Restaurante el Limón y O´Shop Beach Tour.

- El Instituto Nicaragüense de Turismo, cámaras y empresarios trabajan para mejorar la oferta turística, promoviendo el uso de la Web 2.0 y todas las ventajas que representan las redes sociales y otras plataformas usadas en los países más desarrollados. La característica fundamental de la web 2.0 es compartir opiniones, preguntar sobre destinos, leer críticas antes de buscar donde alojarse, comparar evaluaciones de los usuarios sobre distintas líneas aéreas, etc. Actualmente diversos prestadores de servicios hacen uso de una de las plataformas más conocidas llamada trip advisor tales como Palermo Hotel & Resort, Buena vista surf club, Barrio café, Dale pues entre otros.

4.4. Análisis de la Demanda Turística Actual en San Juan del Sur

Con el propósito de conocer las características de la demanda turística actual se realizó un estudio a través de una serie de variables que determinaron el perfil del turista. Se llevó a cabo una fase de recopilación de datos por medio de encuestas realizadas a 54 turistas que visitaban San Juan del Sur, A continuación se explicaran los resultados obtenidos.

4.4.1 Nacionalidades

A partir de la muestra estudiada los turistas que visitan el municipio de San Juan del Sur son principalmente de Nacionalidades Nicaragüenses (19%), Estadounidenses (13%), Españoles (9%) y Franceses (7%) y el 52% está constituido por diferentes Nacionalidades tales como suecos, Alemanes, Canadienses, Holandeses, entre otros. En la siguiente tabla se presenta de manera detallada la distribución de los mismos.

Nacionalidades		
Nicaragüenses	10	19%
Estadounidenses	7	13%
Españoles	5	9%
Franceses	4	7%
Costarricenses	3	6%
Suizos	3	6%
Alemanes	3	6%
Canadienses	3	6%
Checos	2	4%
Holandeses	2	4%
Brasileño	2	4%
Argentinos	2	4%
Cubanos	2	4%
Británicos	1	2%
Irlandeses	1	2%
Suecos	1	2%
Noruegos	1	2%
Australianos	1	2%
Tailandeses	1	2%
Total	54	100%

Tabla 6 Nacionalidades de los turistas de SJDS

Fuente: **Elaboración propia**

Carrera Turismo Sostenible- UNAN-Managua

4.4.2 País de Residencia

El País de Residencia de los turistas que visitan San Juan del Sur según la muestra estudiada es en primer lugar Nicaragua (24%), seguido de Estados Unidos (11%), Francia (7%) y España (7%) y el 50% lo conforman diversos países como Alemania, Noruega, Costa rica, Salvador, Suiza, entre otros. En la siguiente tabla se muestra la distribución detallada de los mismos.

País de Residencia	Muestra	%
Nicaragua	13	23%
Estado Unidos	6	11%
Francia	4	7%
España	4	7%
Suiza	3	5%
Canadá	3	5%
Costa rica	3	5%
Noruega	2	4%
Honduras	2	4%
República checa	2	4%
Suecia	2	4%
Irlanda	1	2%
Brasil	1	2%
Argentina	1	2%
Cuba	1	2%
Panamá	1	2%
Australia	1	2%
Inglaterra	1	2%
Total	54	100%

Tabla 7 Procedencia de los turistas SJDS

Fuente: Elaboración propia

4.4.3 Rango de edades

El 45% de los turistas que llegan a San Juan del Sur son adultos de 21 a 30 años de edad. El 14% son turistas que oscilan de 31 a 40 años de edad. El 13% tienen alrededor de 51 años a más. El 9% tienen de 41 a 50 años y el 7% son jóvenes de 15 a 20 años.

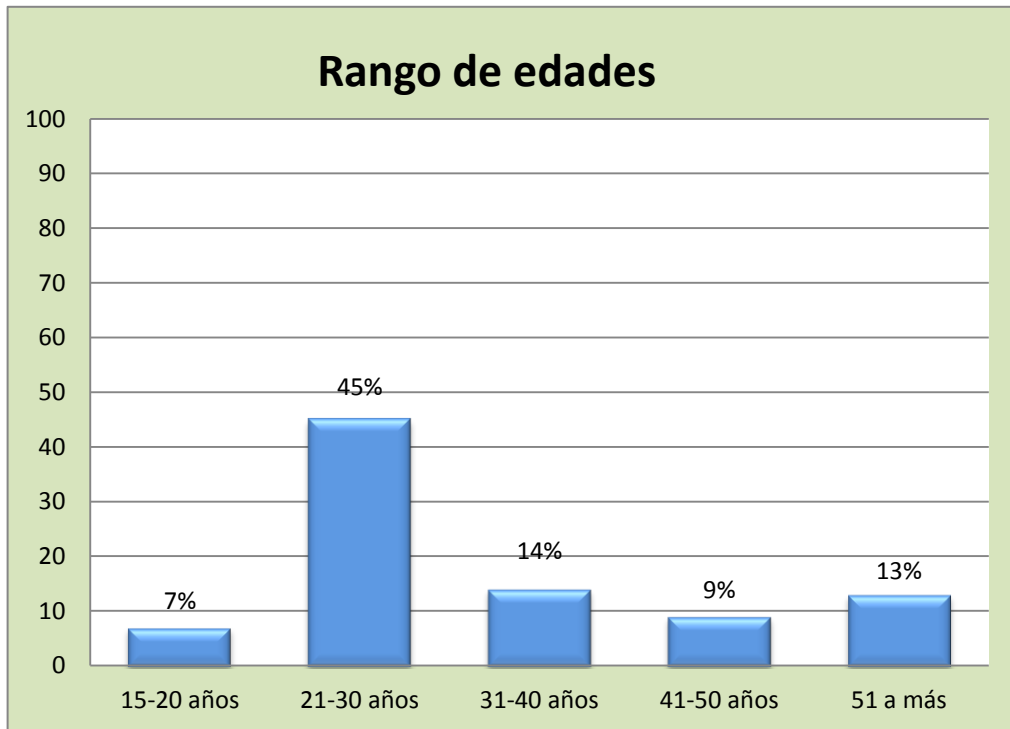


Tabla 8 Rango de edad de los turistas SJDS

Fuente: Elaboración propia

4.4.4 Sexo y Estado civil

Según la muestra estudiada más de la mitad de los turistas que visitan San Juan del Sur son mujeres y el 44% son hombres de los cuales el 67% están solteros y el 33% están casados.

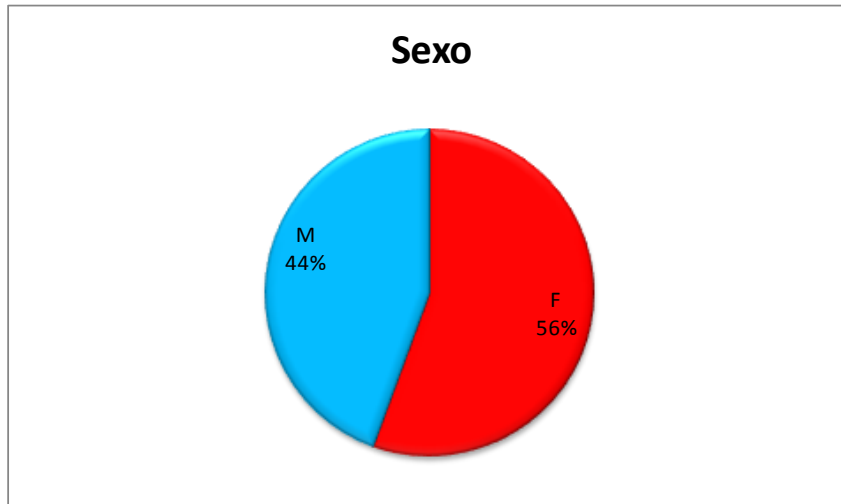


Gráfico 4 Sexo de los turistas SJDS

Fuente: Elaboración propia

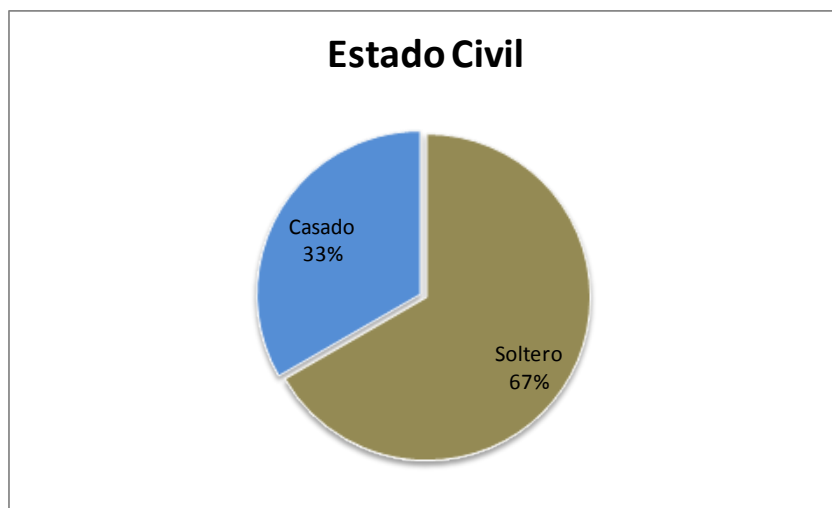


Gráfico 5 Estado civil SJDS

Fuente: Elaboración propia

4.4.5 Situación Actual

La situación actual de los turistas está dividida en dos categorías Activos e Inactivos estas a su vez se subdividen en Activos con trabajos y sin trabajo e Inactivos donde están incluidos retirados, estudiantes, jubilados y voluntariados entre otros. Actualmente existe un mayor número de turistas Inactivos (69%) que turistas activos (31%).

Los turistas Activos cuentan en su mayoría con un trabajo (64%) y el 36% está sin trabajo. Los turistas Inactivos mayoritariamente son estudiantes (61%) seguidos de turistas Jubilados (23%) y los voluntariados (8%).

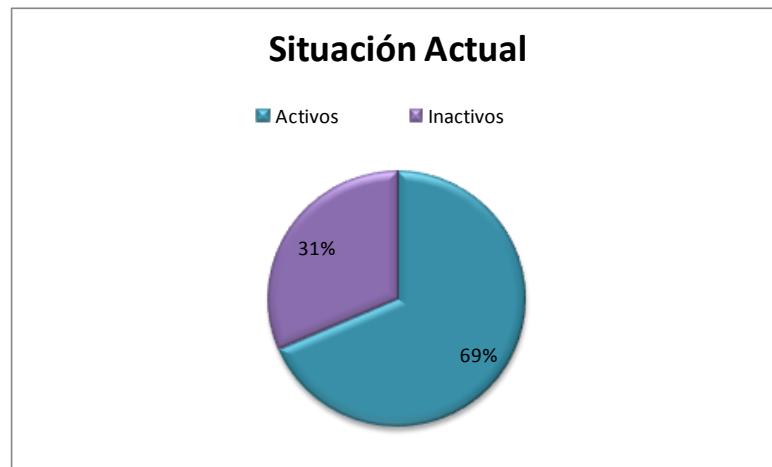


Gráfico 6 Situación actual de los turistas SJDS

Fuente: Elaboración propia

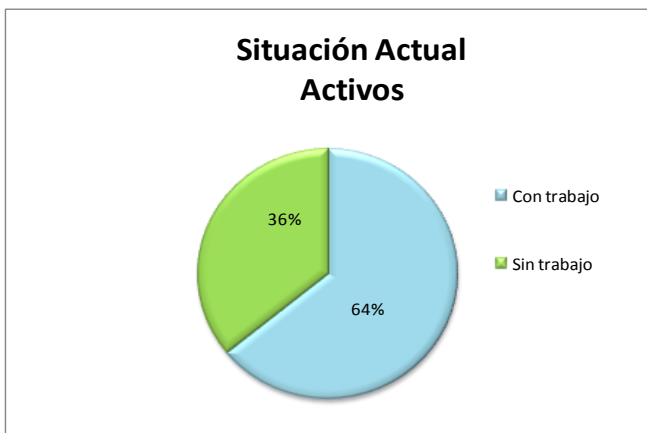


Gráfico 8 Situación actual activos SJDS

Fuente: Elaboración propia



Gráfico 7 Situación actual inactivos SJDS

Fuente: Elaboración propia



4.4.6 Ocupación Profesional

De acuerdo a la muestra estudiada se puede destacar que las ocupaciones laborales más comunes de los turistas son los docentes en educación física y primaria, ingeniero en sistema, mecánico, civil e industrial, vendedores y licenciados en turismo, administración de empresa y diplomacia.

En la presente tabla se presenta con detalles las ocupaciones laborales de los turistas a partir de la muestra estudiada:

Ocupación Laboral			
Licenciados	Licenciado en turismo	2	4
	Licenciado en administración de empresas	1	
	Licenciado en diplomacia	1	
Ingenieros	Ingeniería en sistema	1	6
	Ingeniería industrial	1	
	Ingeniería civil	1	
	Ingeniería mecánica	1	
	Ingenieros(sin especificar su especialidad)	2	
Docentes	Docente de educación física	1	7
	Docente de primaria	2	
	Docentes(sin especificar su especialidad)	4	
Ventas	Agente de ventas	2	6
	Vendedor ambulante	4	
Enfermería			2
Qx Farmacéutica			2
Estudiantes			6
Informática			2
Negocios propios			2
Psicología			2
Otras profesiones	Científico	1	10
	Contaduría	1	
	ONG	1	
	Antropología	1	
	Astronomía	1	
	Agente de viaje	1	
	Secretaría	1	
	proyecto	1	

	empresario	1	
	Gerente de logística	1	
Sin ninguna ocupación profesional			3
Total			54

Tabla 9 Ocupaciones Laborales SJDS

Fuente: Elaboración propia

4.4.7 Motivos de Visita

A partir de la muestra estudiada en base a los motivos de viaje se puede decir que el ocio y la recreación es el motivo principal de los turistas que visitan San Juan del Sur con un 74% seguido por los Negocios y motivos profesionales (12%), luego por visitas a parientes o amigos (9%) y otros motivos interactuar con las personas de la localidad (5%).

En relación a los motivos de visita a nivel Internacional se encuentra que existe relación con respecto a los resultados obtenidos, puesto que en ambos el principal motivo de viaje es la recreación y el ocio siendo el 53% a nivel Internacional y el 74% en San Juan del Sur.

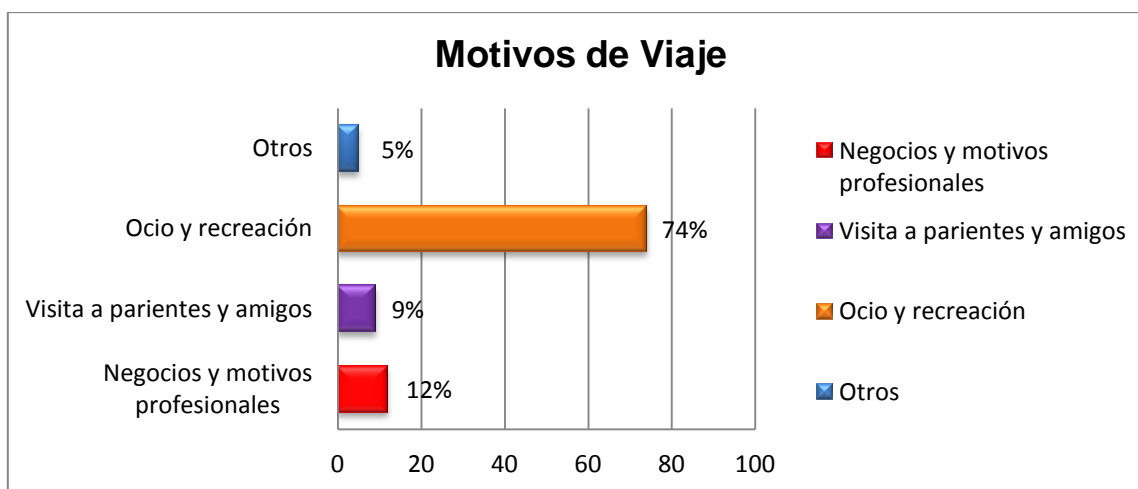


Gráfico 9 Motivos de viaje SJDS

Fuente: Elaboración propia



4.4.8 Actividades Realizadas

Los turistas que llegan a San Juan del Sur lo hacen principalmente para degustar de la comida (27%), en segundo lugar para visitar al Mirador Cristo de la Misericordia (23%) luego para el avistamiento de flora y fauna (13%), surf (13%), Buceo (4%), Canopy (3%) entre otras actividades (16%) como ir a fiestas, bailar y nadar.

A partir de los resultados se puede definir que los turistas que visitan San Juan del Sur podrían optar por adquirir un servicio enfocado en el turismo gastronómico y de naturaleza.

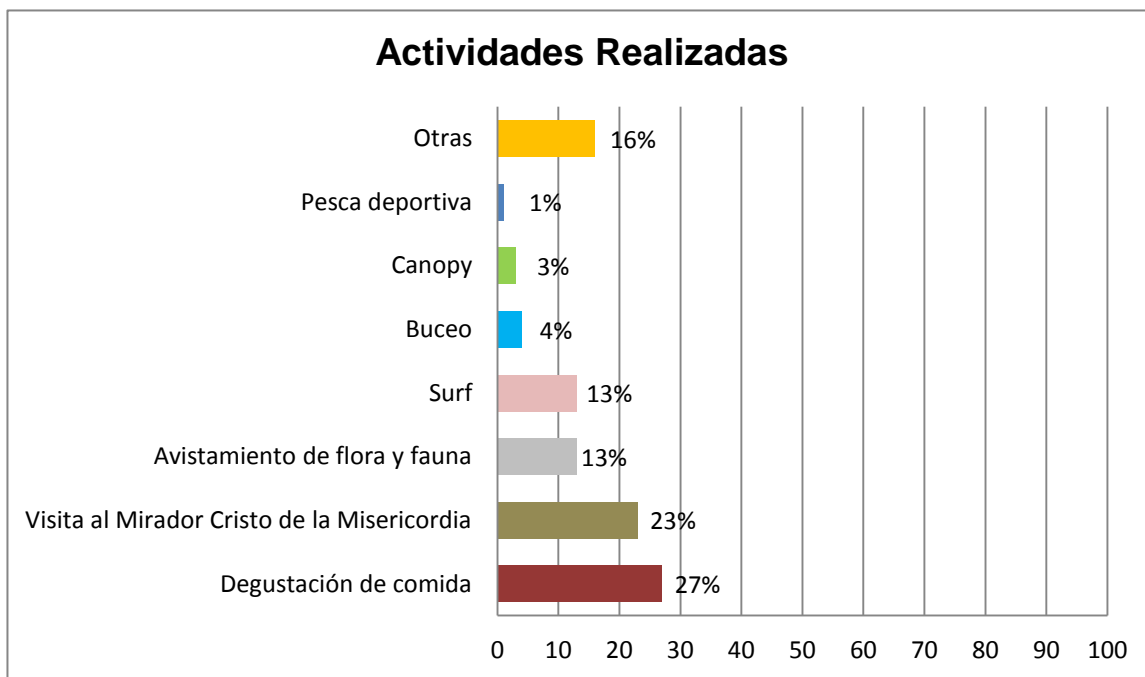


Gráfico 10 Actividades realizadas SJDS

Fuente: Elaboración propia

4.4.9 Organización de Viaje

Las organizaciones de viaje se subdividen en 3 categorías reservas directas, reserva a través de agencias de viajes o tour operadoras y sin reservas previas este estudio realizado logró identificar por cual medio organizan los viajes los turistas.

Según los resultados obtenidos la mayor parte de los turistas organizan su viaje a través de Reservas Directas (55%), contratando los servicios de alojamiento (66%) y en menor medida los servicios de alojamiento y transporte (25%). En segunda instancia el 36% de los turistas optó por no hacer una reserva de ningún tipo y el 9% decidió organizar su viaje a través de una agencia de viajes contratando paquetes turísticos (50%) o transporte (50%).

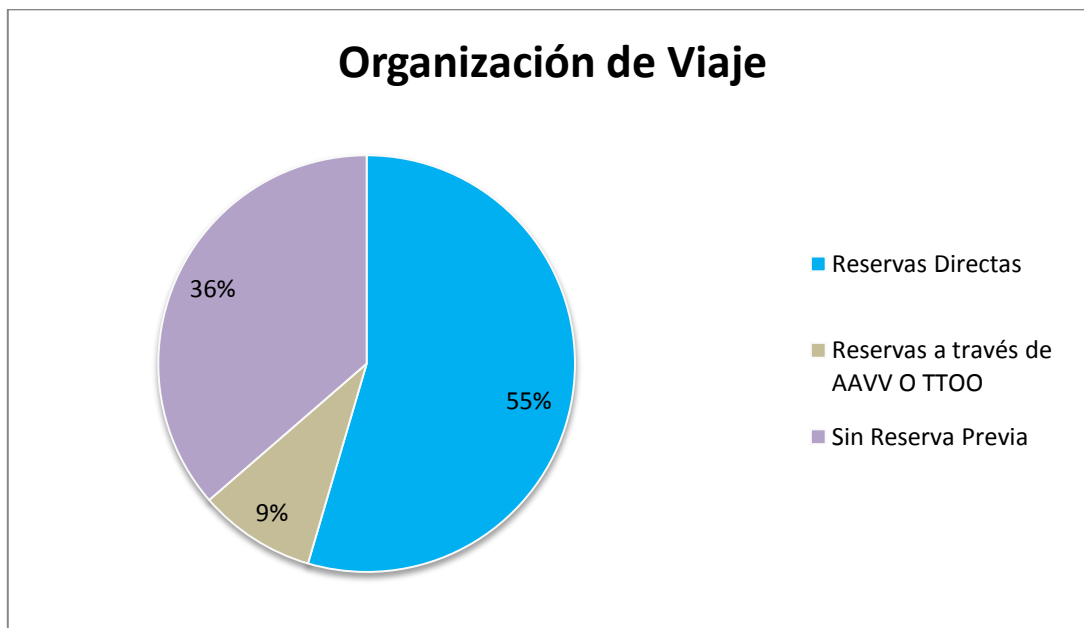


Gráfico 11 Organización de viaje SJDS

Fuente: Elaboración propia



Gráfico 12 Organización de viaje a través de reservas directas SJDS

Fuente: Elaboración propia



Gráfico 13 Organización de viaje reservas a través de una agencia SJDS

Fuente: Elaboración propia

4.4.10 Canal Informativo

Los turistas conocen sobre San Juan del Sur en primera instancia a través de amigos o familiares (39%), en segunda instancia por medio de la Internet (35%) algunos otros medios fueron utilizados por los turistas en menor medida tales como: Folletos turísticos(9%), experiencia propia (7%), agencias de viajes (2%), Televisión (2%) y otras(Redes sociales, 6%).

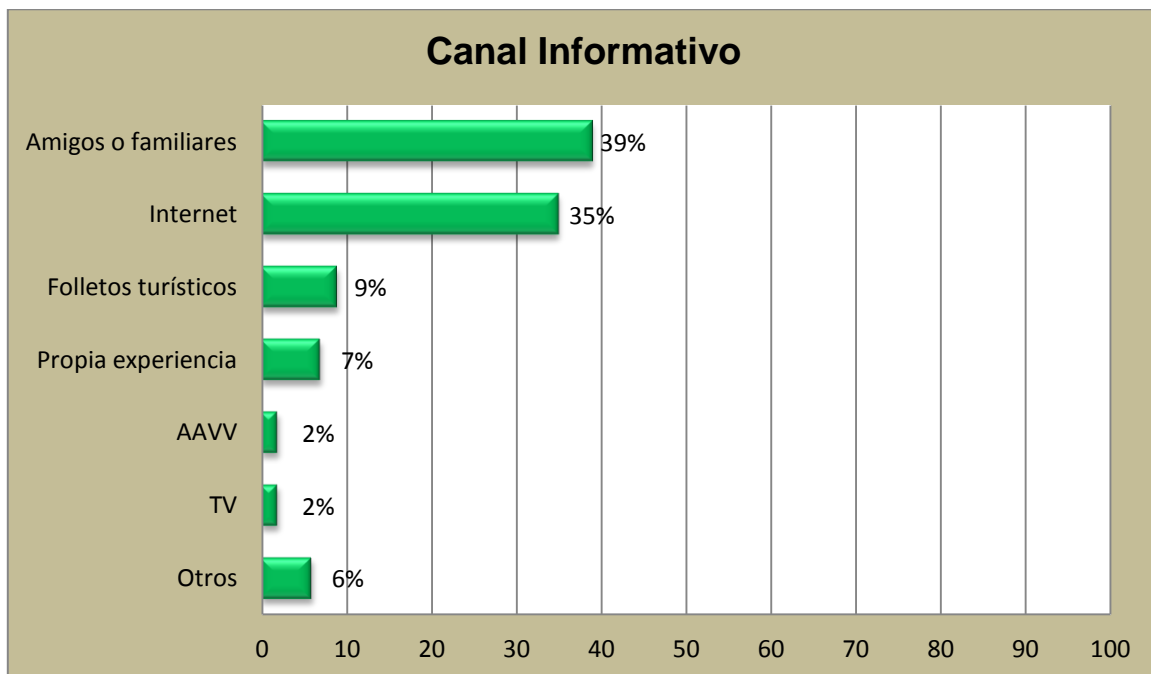


Gráfico 14 Canal Informativo SJDS

Fuente: Elaboración propia

4.4.11 Primer Visita o repetición

En este punto es necesario conocer si el turista que llega a San Juan del Sur viaja por primera vez o si ha visitado con anterioridad el lugar, con el fin de conocer el resultado se realizó un estudio a una muestra de los turistas el cual dio como resultado que el 67% de los turistas viaja por primera vez, el 15% por segunda vez y el 18% ha visitado el lugar de 3 a más veces.

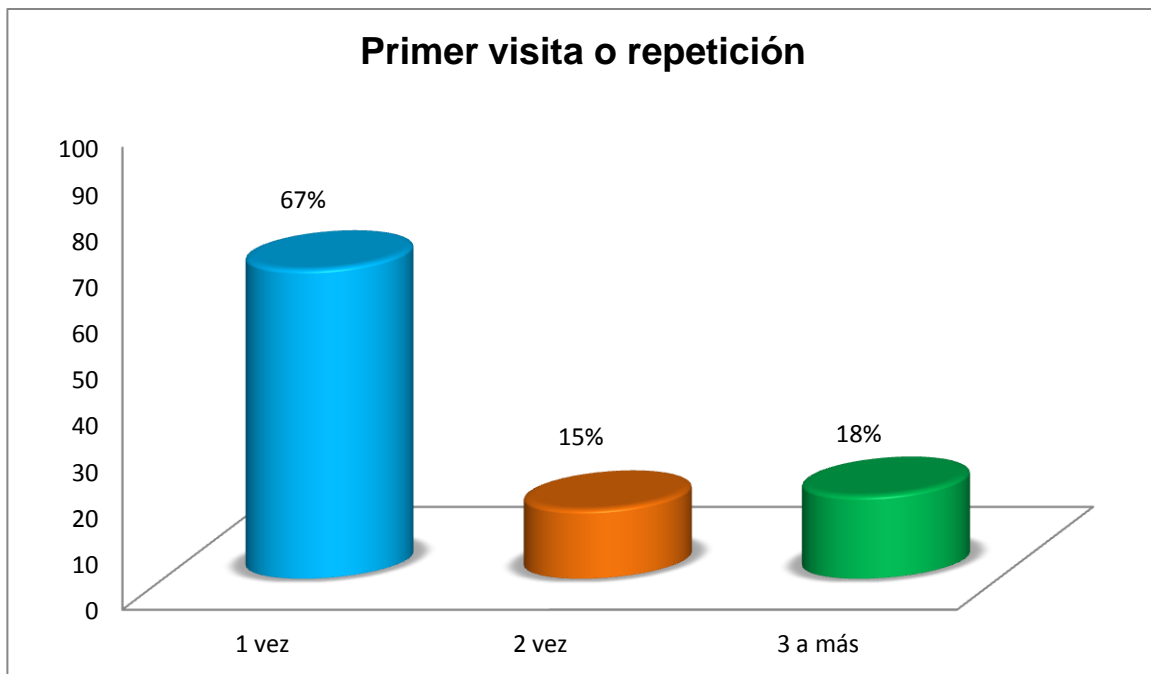


Gráfico 15 Primer visita o repetición SJDS

Fuente: Elaboración propia

4.4.12 Medio de transporte utilizado

El 52% de los turistas que arriban a San Juan del Sur utiliza el transporte privado y el 48% hace uso del transporte público.

El servicio de transporte privado que contratan usualmente los turistas es el de las agencias de viajes o tour operadoras (46%) seguidos de los vehículos rentados (29%) y en menor escala utilizan los vehículos propios (25%).

Por otra parte los servicios de transporte público que emplean los visitantes en su mayoría son los autobuses (76%) y otra parte hace uso de taxis (24%).

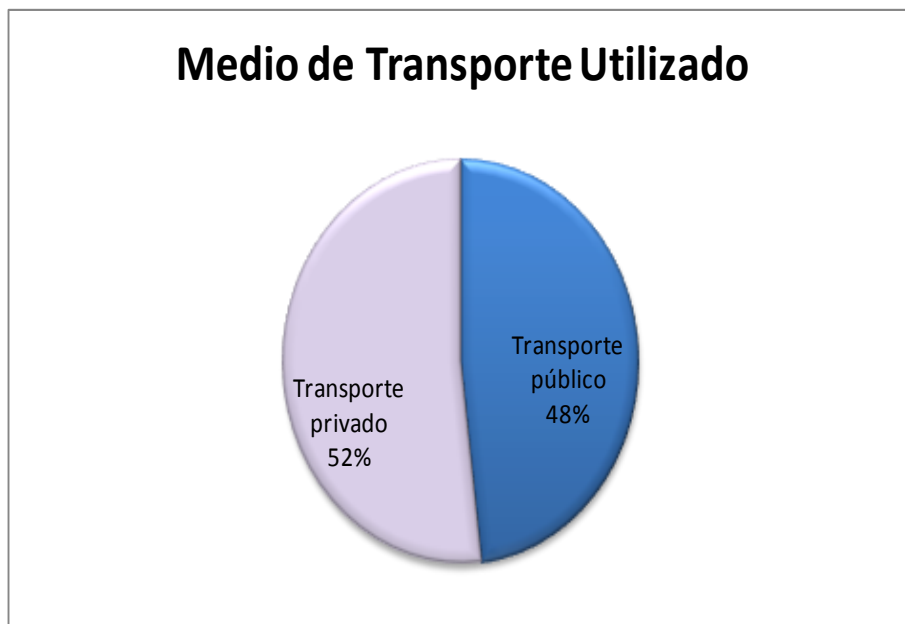


Gráfico 16 Medio de transporte utilizado SJDS

Fuente: Elaboración propia

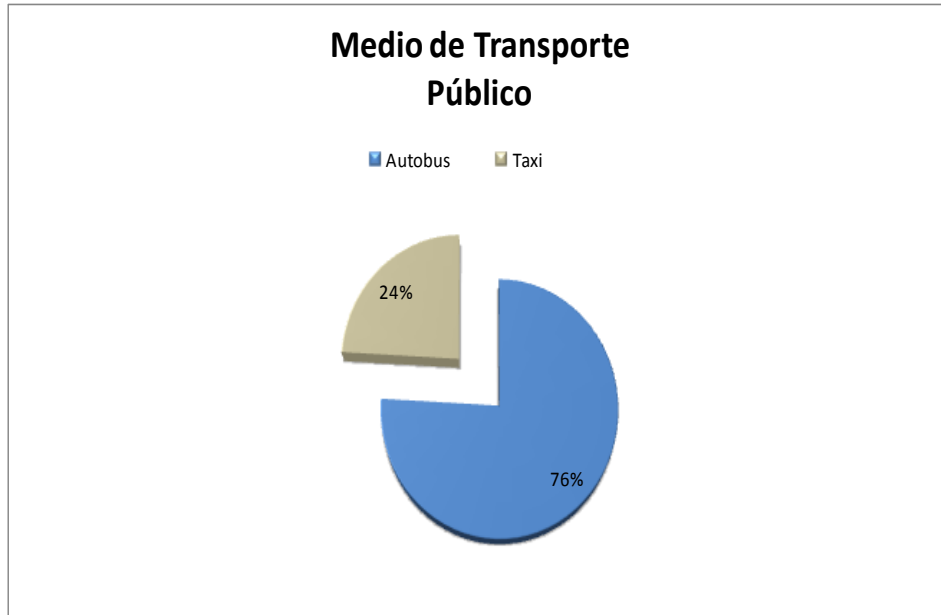


Gráfico 17 Medio de transporte público SJDS

Fuente: Elaboración propia

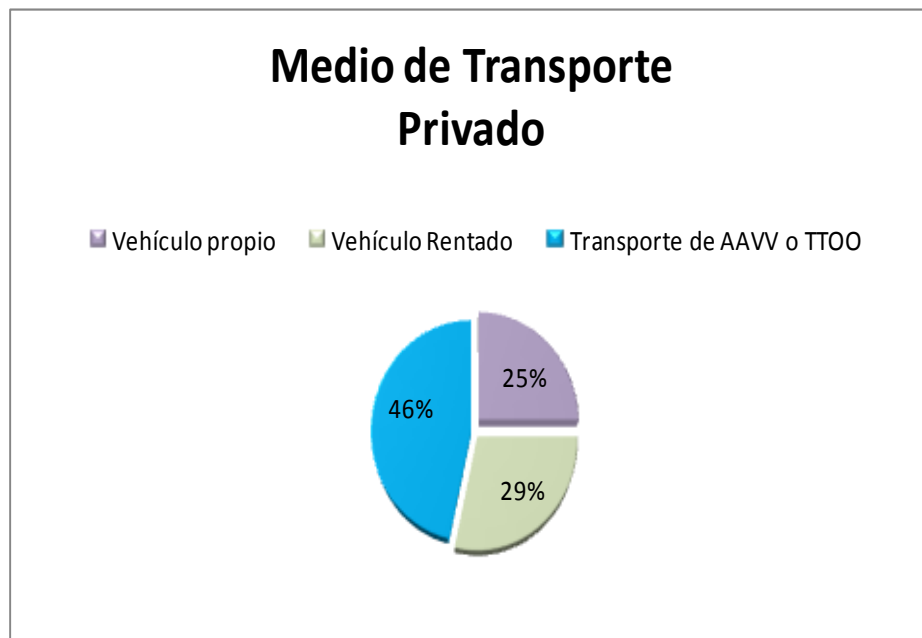


Gráfico 18 Medio de transporte privado

Fuente: Elaboración propia

4.4.13 Duración de la estadía de los turistas

Los turistas mantienen una estadía de 3 a más noches (48%) en San Juan del Sur principalmente, otra parte permanece en el destino 2 días-1 noche (20%) en menor medida los turistas que permanecen 3 días-2 noches (19%) y por ultimo están los excursionistas que permanecen en el lugar menos de 24 horas.

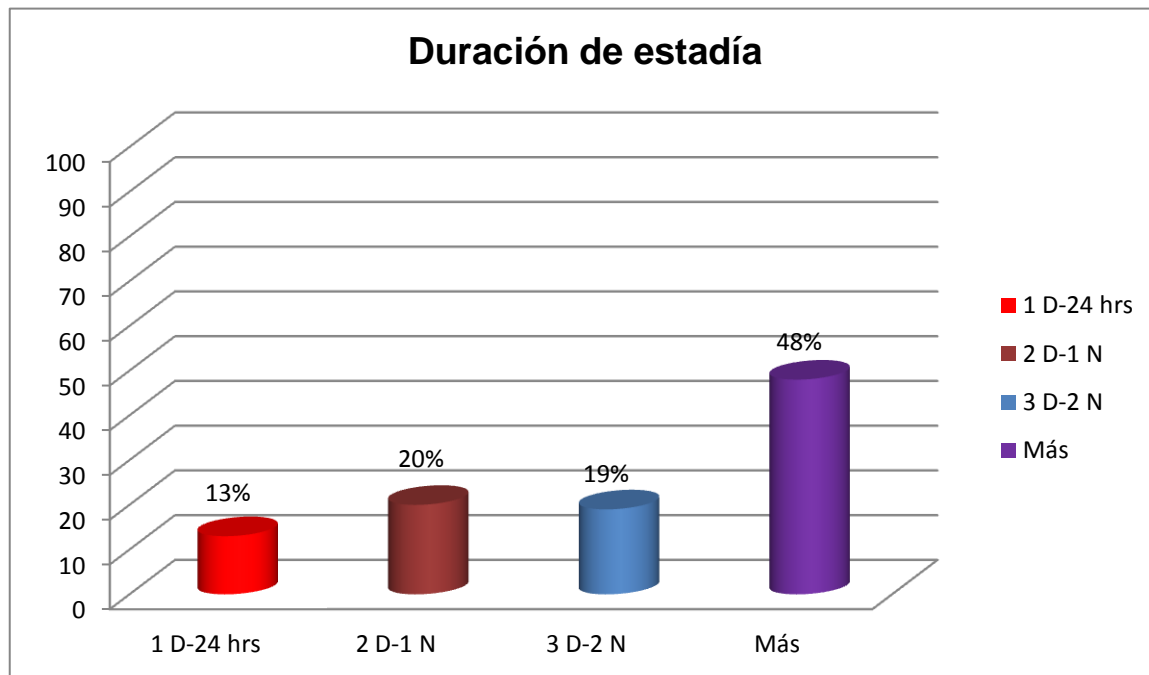


Gráfico 19 Duración de la estadía SJDS

Fuente: Elaboración propia



4.4.13 Formas de Viaje

Los turistas viajan principalmente con sus amigos (30%) y en parejas (26%), algunos disfrutaban de sus vacaciones solos (20%) y otros en familia (17%). Otra forma de viaje menos común, son los que viajan en grupo (5%) y con compañeros de trabajo (2%).

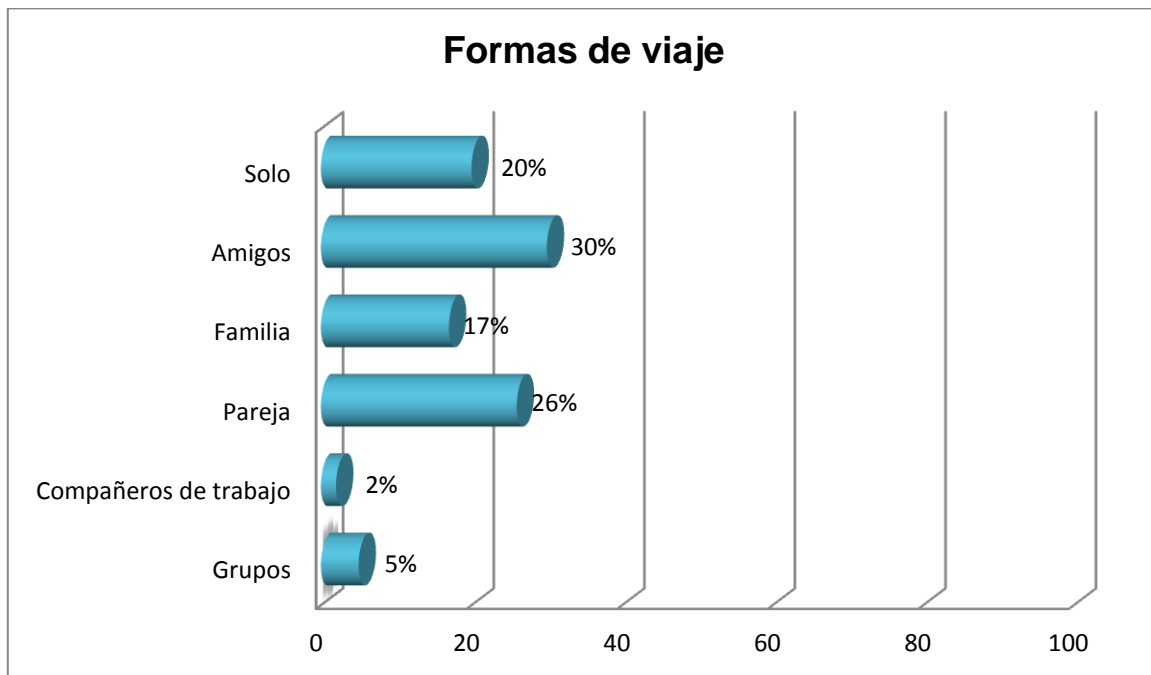


Gráfico 20 Formas de viaje SJDS

Fuente: Elaboración propia

4.4.14 Gastos Turísticos

Los turistas extranjeros o nacionales al momento de visitar cierto destino turístico realizan un gasto económico que genera ingresos para los distintos prestadores de servicios utilizados, por lo tanto para conocer en qué servicios ha gastado más el turista en San Juan del Sur se realizó un estudio para saber el orden de los servicios en que ha efectuado mayor gasto.

Según la muestra estudiada los turistas realizan mayor gasto económico en San Juan del Sur en el siguiente orden: 1) Restaurantes, 2) Alojamiento, 3) Transporte, 4) Bares y discotecas, 5) Compras de souvenirs, 6) Actividades recreativas, 7) Paquetes turísticos. En la siguiente tabla se detalla el resultado de la muestra con respecto al gasto turístico de los turistas.

Gasto Turístico							
Servicios	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4	Opción 5	Opción 6	Opción 7
Restaurante	22	18	11	2	1	-	-
Alojamiento	21	15	4	1	1	1	-
Transporte	2	3	15	10	8	3	2
Bares y Discotecas	4	5	6	10	6	2	2
Compras (souvenirs y artesanías)	-	4	1	6	6	11	7
Actividades Recreativas y Deportivas	4	7	5	5	4	8	1
Paquetes Turísticos	1	-	4	3	3	2	5
	Restaurante	Alojamiento	Transporte	Bares	Compras de souvenirs o artesanías	Actividades recreativas	Paquetes Turísticos

Tabla 10 Gasto turístico SJDS

Fuente: Elaboración propia

V. CONCLUSIONES

- El turismo a nivel mundial en el 2016 se beneficio del crecimiento de la demanda de turismo, los factores que llevaron a este suceso fue el abaratamiento del transporte aéreo y la simplificación de los trámites para obtención de visados en muchos países, permitiendo que los turistas se pudieran movilizar con mayor facilidad a los diversos destinos turísticos en el mundo siendo los principales mercados emisores por región Estados unidos, Alemania y Japón.
- El turismo se enfrenta a nuevos desafíos entorno al deterioro de la economía global, pero gracias a la diversificación de los productos turísticos y el aumento de la competencia entre destinos, el turismo se ha convertido en una potencial herramienta para la distribución equitativa de los beneficios de desarrollo, propiciando el crecimiento económico y social a las comunidades locales de cada país por medio de la generación de empleo directo e indirecto que genera esta actividad donde la tendencia es el cambio y adaptación a las nuevas tendencias y los distintos tipos de turismo.
- El sector turismo en Nicaragua ha venido creciendo en los últimos años aportando al desarrollo económico nacional, parte de esto se debe a la diversidad en la oferta turística de los distintos departamentos del país quienes han mejorado y ampliando sus servicios turístico esto con el apoyo del sector público y privado, dando a elegir al turista extranjero y nacional una variedad de opciones ajustadas a sus gustos y preferencias por ende se ve reflejado en el aumento de la demanda turística.



- Las políticas establecidas y proyectos propuestos por el Estado juegan un papel importante en el desarrollo turístico de San Juan del Sur, debido a que estas promueven e incentivan a las nuevas inversiones públicas y privadas además de regular el desarrollo sostenible de la localidad.
- El desarrollo del turismo en San Juan del Sur beneficia a la economía de los pobladores, ya que de manera directa o indirecta son beneficiados por esta actividad, debido a que la mayoría de los establecimientos turísticos son propiedad de los locales y muchas de estas empresas generan empleos temporal o permanentes, además algunos proveen a estas empresas productos necesarios en su operación.
- La construcción de la terminal portuaria abre paso a los turistas que viajan a través de los cruceros colocando al destino en el segmento de turismo de cruceros por consiguiente se espera un mayor interés por parte de las compañías navieras hacia el destino.
- San Juan del Sur esta incorporándose al manejo de las TIC's en el uso de páginas web, Redes sociales y plataformas online como tridavisor debido a la tendencia que siguen los turistas de contratar, cotizar y valorar los servicios a través del internet, de tal manera que el uso de las TIC's se convierte en una necesidad para los prestadores de servicios turísticos.
- San Juan del Sur se caracteriza por ser un destino turístico con gran poder adquisitivo de turistas sin embargo, no cuenta con estudios que tomen como base las principales características de los turistas y de esta manera elaborar una oferta de servicios en base al perfil actual.
- Mediante el estudio realizado se pudo identificar las características de los turistas quienes viajan principalmente por motivos de ocio (79%) se caracterizan por ser extranjeros en mayor medida (76%) ellos efectúan un gasto mayor en Restaurantes, Hospedajes y Transporte.



- Los turistas que viajan a San Juan del Sur en su mayoría son mujeres (56%), solteras (67%) con una edad comprendida entre los 21 a 30 años de edad.

- La mayor parte de los turistas ha visitado San Juan del Sur por primera vez (67%) y organizan su viaje de forma directa (55%) sin intermediarios o sin ningún tipo de organización y suele viajar con amigos (30%) o en parejas (26%) y generalmente pasan de 3 a más noches (48%) en el destino.

- El principal medio por el que se conoce a San Juan del Sur es por medio de amistades (39%) que han visitado con anterioridad el destino y por medio de internet (35%) de ahí la importancia en el uso de las TIC's en los establecimientos para promocionar sus servicios de tal manera que atraiga la atención de los turistas.



VI. RECOMENDACIONES

- Llevar un registro de las llegadas de los turistas en San Juan del Sur por parte de la Sub-delegación de INTUR como ente regulador de esta actividad.
- Aumentar la seguridad pública en la zona costera debido a la presencia de personas afectadas por sustancias alucinógenas.
- Establecer convenios con las compañías aseguradoras para reducir el costo de los seguros de tal manera que los prestadores de servicios pueden adquirir este beneficio ya que el 90% de los empresarios no cuentan con un seguro que los respalde ante las amenazas de los desastres naturales u de otra incidencia.
- Crear ofertas complementarias de esparcimiento, hospedaje y alimentación ya que algunos turistas manifestaban que los precios de los servicios eran muy altos.
- Elaborar e implementar una estrategia de mercadeo, integrando a aliados estratégicos (tour operadores y hoteleros y restaurantes interesados en promover y vender los servicios de San Juan del Sur) en la elaboración de un programa de promoción que integre el turismo gastronómico como razón principal razón de visita de los turistas y el turismo de naturaleza).
- Realizar promoción y exposición de Ferias Turísticas donde se exponga la Gastronomía, Bailes, Música y Cultura Nicaragüense dentro del destino para motivar la visita a otros sitios en el país.
- Brindar capacitaciones sobre el uso y manejo de las TIC's a los empresarios turísticos.



- Promover la construcción de una nueva entrada a San Juan de Sur para evitar el congestionamiento durante la temporada alta.

- Incentivar a la población que trabaja en el sector a mejorar su nivel de calificación técnica en el campo turístico, por medio de estudios técnicos que amplíen sus conocimientos para mejorar la calidad de la atención a los turistas.

- Se recomienda enfocarse en un segmento de mercado extranjero joven de nacionalidad estadounidense, mujeres, solteras, en edades de los 21-30 años cuya estadía va de 3 noches a más.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

Mario a. Socatelli P. (2013). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. Editorial UNED

Vogeler Ruiz y Hernández (2002). El mercado turístico: estructura, operaciones y procesos de producción, Madrid

Web gráfica

Cuál es el significado de mercado turístico. Concepto, definición, qué es el mercado turístico (2013). Enciclopedia Culturalia. Recuperado de <https://edukavital.blogspot.com/2013/01//definición-de-mercado-turísticohtml?m=1>

Leon Ale(2015), ¿sabes que es un estudio de mercado?. Revista merca2.0. Recuperado de <https://www.merca20.com/sabes-que-es-un-estudio-de-mercado/>

Tendencias del turismo (2017). Plan Nacional de Turismo. Recuperado de <https://apps.mintur.gub.uy/plantur/>

Eugenia Coppola (2016) Tendencias de viaje en 2017 que impactara en la industria turística. Recuperado de <https://www.treksoft.com/es/blog/7-tendencias-viaje-2017-industria-turística-global/>

Galeano Luna (2008). Investigaciones Turísticas

Quintero Lésber (2016) Servicios turísticos, alma y vida de San Juan del Sur. Recuperado de <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/391095-servicios-turisticos-alma-vida-san-juan-sur/>

Quintero Lésber (2017) Nate afecta embarcaciones en San Juan del Sur. Recuperado de <http://www.elnuevodiario.com.ni/nacionales/442751-nate-afecta-embarcaciones-san-juan-sur/>



Cruz José (2017) Canatur: “Desorden” afectó turismo en San Juan del Sur.
Recuperado de <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/425178-canatur-desorden-afecto-turismo-san-juan-sur/>



VIII. ANEXOS

Anexo I. Glosario

❖ Generalidades del turismo

Lucio Galeano (2008), explica que el turismo es una actividad socio – económica, psico – biológica que motivado por el tiempo libre, la voluntad de viajar y poseer dinero, se crea en el hombre la necesidad de desplazarse desde su lugar de origen a otro de destino con fines de realizar actividades de recreación, adquirir nuevas experiencias con la interrelación de nuevas sociedades de un mercado receptor, en donde intervienen los componentes, primario y derivado de la oferta turística.

Según (OMT, 1997) en su página oficial define una serie de conceptos que se presentan a continuación:

- Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.

- Formas de turismo

Existen tres formas fundamentales de turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional.

En el Municipio de San Juan del Sur se va a estudiar en primera instancia el turismo internacional debido a que es el principal mercado emisor de turistas al lugar de estudio.



- Gasto turístico

El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.

- Grupo de viaje

Un grupo de viaje se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo.

- Lugar de residencia habitual

El lugar de residencia habitual es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente, y se define por la ubicación de su vivienda principal.

- Motivo (principal) de un viaje turístico

El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, entre otros.).

- Turismo emisor

El turismo emisor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.



- Turismo interior

El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

- Turismo internacional

Turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

- Turismo interno

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

- Turismo nacional

El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

- Turismo receptor

Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

- Visitante

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno,



receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en casa contrario.

❖ Investigación de mercado turístico

- Mercado Turístico

El mercado turístico es donde confluyen la oferta de productos, servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en consumir esos productos y servicios (Conceptos y significados de mercados turísticos, 2013)

- Estudio de Mercado

Se define como un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los turistas, competidores y el mercado. Es decir, el estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de los turistas comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la ubicación, la edad y el nivel de ingresos (Leon Ale, 2015).

- Entorno

Está conformado por el marco económico, socio cultural, tecnológico, institucional y político del mercado (Galeano Luna, 2008)



❖ Demanda turística

Según la OMT, la demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades.

Se define como demanda al conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje, sean estos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar (Socatelli.p 2013, pág. 1)

❖ Análisis de la Demanda Turística

Según Galeano luna (2008) Es un estudio minucioso de los factores y hechos que rodean el consumo de un bien o servicio, el cual permite cuantificar la demanda existente y proyectar la demanda futura.

❖ Análisis PEST

El análisis PEST involucra el estudio del Factor Político, económico, socio cultural, tecnológico, que está relacionado con el proyecto y que puede influir en la configuración de la demanda y la oferta del bien o servicio que se ofrece al mercado (Galeano Luna, 2008).

- Factor político

Se debe observar la estabilidad jurídica, las políticas gubernamentales, la acción de los grupos políticos, interese de las distintas poblaciones de la región o el país; pueden ser factores determinantes en el nivel de riesgo de la inversión y la sostenibilidad de relaciones comerciales en el largo plazo.



La profundización del análisis y la consideración de variables adicionales dependerán de la naturaleza y carácter de cada uno de los proyectos que se desarrollen.

- Factor económico

Se analiza variables relevantes para el proyecto, entre las que podemos citar el análisis de la inflación, devaluación, tasa de interés, importaciones y exportaciones entre otros. No sólo se trata de un análisis cuantitativo sino que se debe involucrar la estabilidad de las políticas que definen estas variables económicas.

- Factor socio cultural

Considerar aquellos aspectos que involucren los cambios en los gustos, preferencias, modas, hábitos de consumo, estilos de vida, nivel educativo, tasa de crecimiento poblacional, estratos sociales, etc.

- Factor tecnológico

Considerar el avance de la tecnología en la actividad productiva en que se va a desarrollar el proyecto, pues la viabilidad de incorporar ese ritmo de cambio, pueden determinar las posibilidades de competir en el mercado y perdurar en el tiempo.



Anexo II. Variables

Variable		Demanda	
Sub variables		Técnica de medición	de Dirigida
Nacionalidad	<ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos • Canadá • Alemania • Costa Rica • otros 	Encuesta	Turistas
país de residencia	<ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos • Canadá • Alemania • Costa Rica • otros 	Encuesta	Turistas
Edad	<ul style="list-style-type: none"> • 15-20 años • 21-30 años • 31-40 años • 41-50 años • 51 a Más 	Encuesta	Turistas
Sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Femenino • Masculino 	Encuesta	Turistas
Estado civil	<ul style="list-style-type: none"> • Soltero • Casado 	Encuestas	Turistas
Situación en relación a la	Activos	Encuesta	Turistas



<p>actividad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupados • Sin trabajo <hr/> <p>Inactivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes • Jubilados • Voluntarios • Otras situaciones 		
<p>Ocupación profesional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de las empresas y de las administraciones públicas • Técnicos y profesionales. • científicos e intelectuales • Trabajadores de los servicios de restauración. • Etc. 	<p>Encuesta</p>	<p>Turistas</p>
<p>Propósito o motivo de la visita a San Juan del Sur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ocio, recreo y vacaciones • Visitas de parientes y amigos • Negocios y motivos profesionales • salud • Otros motivos 	<p>Encuesta</p>	<p>Turista</p>



<p>Actividades realizadas en San Juan del Sur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pesca deportiva • Surf • Visita al mirador Cristo de la misericordia. • Canopy • Bucear • Observación de Flora y fauna • Degustación de comida • Otras 	<p>Encuestas</p>	<p>Turistas</p>
<p>Organización del viaje</p>	<p>Reservas directas</p> <ul style="list-style-type: none"> • solo alojamiento • solo transporte • alojamiento y transporte <hr/> <p>Reservas a través de agencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • paquete turístico • solo alojamiento • solo transporte • otros <hr/> <p>Sin reservas previas</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Turista</p>
<p>Canal informativo para el conocimiento del lugar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Agencia de viajes • Amigos o familiares • Internet • TV • Prensa • Folletos turísticos 	<p>Encuestas</p>	<p>Turistas</p>



	<ul style="list-style-type: none"> • Otros 		
Primera visita o repetición	<ul style="list-style-type: none"> • Primera vez • Segunda vez • De tres a más 	Encuesta	Turista
Medio de transporte	<p>Público</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autobús • Taxi • Otros <hr/> <p>Privado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vehículo propio • Vehículo rentado • Transporte de Agencias o Tour operadoras • Crucero 	Encuesta	Turista
Duración de la estancia	<ul style="list-style-type: none"> • 1 día-Menos de 24 hrs • 2 días- 1 noche • 3 días- 2 noches • Más 	Encuesta	Turista
. Forma de viaje	<ul style="list-style-type: none"> • Solo • Amigos • Familia • Pareja • Compañeros de trabajo • Grupos 	Encuesta	Turista



Gasto Turístico	<ul style="list-style-type: none">• Alojamiento• Restauración• Paquetes turísticos• Bares y Discotecas• Actividades Culturales, Recreativas y Deportivas• Compras (souvenirs y artesanía)• Transporte• Otros	Encuesta	Turistas
-----------------	---	----------	----------



Anexo III. Instrumentos para la recolección de datos



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

Recinto Universitario Rubén Darío
Facultad de Educación e idiomas
Departamento de Francés
Carrera Turismo Sostenible

“Encuesta para conocer los motivos de visita y perfil de los turistas que visitan San Juan del Sur en el periodo comprendido de agosto a noviembre del 2017”.

La presente encuesta dirigida a turistas que visitan los diversos destinos del Municipio de San Juan del Sur servirá como un instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de tesis de la carrera de Turismo Sostenible.

Marque con una “X” las opciones de respuestas apropiadas.

1. Datos personales

Nacionalidad _____ Edad _____

País de residencia _____ Sexo: F M

Estado civil: Soltero Casado

2. Su situación actual

Carrera Turismo Sostenible- UNAN-Managua



➤ Activos

- Con trabajo
- Sin trabajo

➤ Inactivos

- Estudiantes
 - Jubilados
 - Voluntarios
 - Otras situaciones(especifique)
-

3. Ocupación profesional:

4. Propósito o motivo de la visita a San Juan del Sur

- Ocio, recreo y vacaciones
 - Visitas de parientes y amigos
 - Negocios y motivos profesionales
 - Salud
 - Otros motivos (especifique)
-



5. ¿Qué actividades ha realizado durante la visita? (puede marcar más de una opción)

- Pesca deportiva
- Surf
- Visita al mirador Cristo de la misericordia.
- Canopy
- Bucear
- Avistamiento de Flora y Fauna
- Degustación de comida
- Otras (especifique)

6. Organización de su viaje

➤ Reservas directas

- solo alojamiento
- solo transporte
- alojamiento y transporte

➤ Reservas a través de agencias de viajes

O tour operadoras

- Paquete turísticos
- (Alojamiento Transporte y actividades)
- solo alojamiento
- solo transporte
- Otros(especifique)

➤ Sin reservas previas



7. ¿Cómo supo de San Juan del Sur? (Marque el medio de información principal)

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| • Agencia de viajes | <input type="checkbox"/> | • Folletos turísticos | <input type="checkbox"/> |
| • Amigos o familiares | <input type="checkbox"/> | • Propia experiencia | <input type="checkbox"/> |
| • Internet | <input type="checkbox"/> | • Otros | <input type="checkbox"/> |
| • TV | <input type="checkbox"/> | _____ | |
| • Prensa | <input type="checkbox"/> | | |

8. ¿Cuántas veces ha visitado San Juan Del Sur?

- Primera vez
- Segunda vez
- De tres a mas

9. ¿Cuál fue el medio de transporte utilizado para llegar a San Juan del Sur?

➤ Público

- Autobús
 - Taxi
 - Otros(especifique)
- _____

➤ Privado

- Vehículo propio
- Vehículo Rentado
- Transporte Agencia o
Tour Operadora
- Crucero



10. ¿Por cuánto tiempo estará de visita en el lugar?

- 1 día - menos de 24 hrs
- 2 días -1 noche
- 3 días - 2 noches
- Más

11. ¿Con quienes está viajando?

- Solo
- Amigos
- Familia
- Pareja
- Compañeros de trabajo
- Grupos



12. Ordene de mayor a menor los servicios en que ha gastado más. (Enumere del 1 al 7).

- Alojamiento _____
 - Restauración _____
 - Paquetes Turísticos _____
 - Bares y Discotecas _____
 - Actividades Culturales, Recreativas
y Deportivas _____
 - Compras (souvenirs y artesanías) _____
 - Transporte _____
 - Otros(especifique) _____
-

¡Gracias por su amable colaboración!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

FACULTY OF EDUCATION AND LANGUAGES
DEPARTMENT OF FRENCH
SUSTAINABLE TOURISM CAREER

"Survey to know the motivations of visit and profile of the tourists who visit San Juan del Sur in the period from August to November of 2017".

Mark the appropriate response options with an "X".

1. Personal information

Nationality _____ Age _____

Country of residence _____ Gender: F M

Marital Status: Single Married



2. Your current Situation

➤ Active

- I´m working, I´m on vacations
- Not working for now

➤ Inactive

- Students
- Retired
- Volunteers
- Other situations(specify)

3. Occupation:

4. Purpose or reason for the visit to San Juan del Sur

- Leisure, recreation and vacation
- Visits from relatives and friends
- Business and professional reasons
- Health
- Other motives(specify)

5. What activities did you do during the visit? (You can check more than one option)



- Sport fishing
- Surf
- Viewpoint in the Christ of Mercy.
- Canopy
- Diving
- Flora and Fauna Watching
- Food tasting
- Other(specify)

6. Organization of the trip

- Direct reservations

- Accommodation only
- transport only
- Accommodation and transport

- Booking through agency

- Tourist package
(Accommodation Transportation and activities)
- Accommodation only
- Transport only
- Others (specify)

- Without reservation of any kind



7. How did you know about San Juan del Sur? (You check the more important)

- Travel agency
 - Friends or family
 - Internet
 - TV
 - Press
 - Tourist brochures
 - Own experience
 - Others
- _____

8. How many times have you visited San Juan Del Sur?

- First time
- Second time
- 3 and more

9. What was the mode of transportation you used to get to San Juan Del Sur?

➤ Public

- Bus
 - Cab
 - Other(specify)
- _____

➤ Private

- Own vehicle
- Rented Vehicle
- Agency or Tour Operator
- Transportation
- Cruise



10. For how long are you visiting San Juan Del Sur?

- 1 day - less than 24 hrs
- 2 days -1 night
- 3 days - 2 nights
- More

11. Who are you traveling with?

- Alone
- Friends
- Family
- Couple
- Coworkers
- Group

12. Order of most to least the services than you have spent more

(List from 1 to 7)

- Accommodation _____
- Restaurants _____
- Tourist package _____
- Bars and discotheques _____
- Cultural, sports and recreational
Activities _____
- Shopping (souvenirs and handicrafts) _____
- Transport _____
- Others(specify) _____

Thank you for your cooperation!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

Recinto Universitario Rubén Darío
Facultad de Educación e idiomas
Departamento de Francés
Carrera Turismo Sostenible

Entrevista al delegad@ del INTUR

La presente guía de entrevista tiene como principal objetivo conocer el perfil del turista que visita la zona de estudio, para el procesamiento de datos y que facilite la elaboración acerca de la demanda turística actual del Municipio de San Juan del Sur.

Nombre y Apellido:

Sexo: _____

Edad: _____

Correo: _____

Teléfono: _____



1. ¿Mantienen un control sobre las llegadas de visitantes al destino?
2. ¿Cuáles son las temporadas en que es más visitada la zona?
3. ¿Cuántos turistas llegan anualmente al destino?
4. ¿A qué nacionalidades pertenecen los turistas que visitan el municipio de San Juan del Sur?
5. ¿Existen estudios acerca del análisis de la demanda turística?
6. ¿Según su opinión cuales creen que son las principales motivaciones por la que el turista visita San Juan del Sur?



Anexo IV. Base de datos

La base de datos es el instrumento utilizado para procesar la información recopilada en San Juan del Sur la muestra utilizada fueron 54 turistas, entre ellos 44 Extranjeros y 10 Nacionales.

n° Encuesta	Nacionalidad	Pais de Resid.	Edad	Sexo		Estado civil		Situación actual		Situación Actual Acti		Sit.Act.Inact				Ocupación profesional
				F	M	Solte	Casado	Activo	Inactivos	Con tra	Sin trabaj	Estudial	Jubilad	Volunta	Otras	
enc.1	Española	Nicaragua	27		1	1			1						1	Estudiante
enc.2	Irlandés	Irlanda	34	1	1			1				1				científico
enc.3	Británico	Inglaterra	29	1		1		1				1				ventas
enc.4	Canadiense	Canada	21		1	1		1				1				contador
enc.5	Nicaraguense	Nicaragua	48	1		1		1			1					lic. En diplomática
enc.6	Suiza	Suiza	29	1		1		1			1					Maestra de primaria
enc.7	Suiza	Suiza	30	1		1		1			1					Maestra de primaria
enc.8	Suecia	Noruega	24	1		1		1				1				lic. En turismo
enc.9	Costarricense	Costa Rica	42	1		1		1			1					lic. En turismo
enc.10	Costarricense	Costa Rica	23		1	1			1			1				Estudiante
enc.11	Noruega	Noruega	24	1		1		1				1				Graduado
enc.12	Canadiense	Canada	25		1	1		1			1					Ingeniero en Sistema
enc.13	Canadiense	Canada	22		1	1		1			1					Ingeniero
enc.14	Argentino	Argentina	39		1		1	1			1					Vendedor ambulante
enc.15	Estadounidense	USA	20	1		1			1			1				Agente de venta
enc.16	Australiana	Australia	22	1		1		1				1				Ayuda a discapacitados
enc.17	Estadounidense	USA	61	1			1		1					1		Dueños de negocios
enc.18	Estadounidense	USA	69		1		1		1					1		Dueños de negocios
enc.19	Estadounidense	USA	28		1	1		1				1				Ingeniero industrial
enc.20	Estadounidense	Honduras	29	1		1		1				1				Docente
enc.21	Estadounidense	USA	20	1		1			1			1				Estudiante
enc.22	Frances	Francia	38		1		1	1			1					Informático
enc.23	Aleman	Alemania	34		1		1		1							informático
enc.24	Nicaraguense	Nicaragua	31	1		1		1			1					Antropóloga
enc.25	Suiza	Suiza	27		1	1		1				1				ingeniero
enc.26	Nicaraguense	Nicaragua	37		1		1	1			1					Químico Farmaceutico
enc.27	Francesa	Francia	38	1		1		1			1					Proyectos
enc.28	Holandés	Holanda	25	1		1		1				1				ingeniería mecánica
enc.29	Española	España	51		1	1		1			1					Docente
enc.30	Española	España	38	1		1		1			1					Docente
enc.31	Republica Checa	Republica Checa	27		1	1		1			1					Astronomo
enc.32	Republica checa	Republica Checa	27	1		1		1			1					Psicóloga
enc.33	Nicaraguense	Nicaragua	27	1			1	1				1				Ama De casa
enc.34	Nicaraguense	Nicaragua	17	1		1			1			1				Estudiante
enc.35	Cubano	Suecia	56		1		1		1					1		Docente Edu. Fisica
enc.36	Tailandesa	Suecia	42	1			1		1						1	Ama De casa
enc.37	Frances	Francia	39		1	1		1			1					Gerente de Logistica
enc.38	Alemana	Nicaragua	65	1			1		1			1				Secretaria
enc.39	Alemana	Alemania	50	1			1		1			1				Enfermera
enc.40	Brasileño	El Salvador	37		1	1		1			1					Docente
enc.41	Nicaraguense	Nicaragua	54		1		1	1				1				Vendedor ambulante
enc.42	Nicaraguense	Nicaragua	22	1			1		1			1				Estudiante
enc.43	Nicaraguense	Nicaragua	19	1		1		1				1				Estudiante
enc.44	Holandés	Holanda	32		1		1	1			1					Enfermero
enc.45	Francesa	Francia	26	1		1			1			1				Estudiante
enc.46	Brasileña	Brasil	41	1		1		1			1					Agente de venta
enc.47	Estadounidense	USA	25	1			1	1			1					Ventas
enc.48	Costarricense	Costa Rica	38	1			1	1			1					Agente de viaje
enc.49	Español	España	23		1	1		1			1					Lic. adm. Empresas
enc.50	Nicaraguense	Nicaragua	40	1			1	1			1					Psicóloga
enc.51	Español	España	21		1	1			1			1				Estudiante
enc.52	Nicaraguense	Honduras	24	1		1		1			1					ingeniería civil
enc.53	Cubano	Cuba	52		1		1		1							Empresario
enc.54	Argentino	Panama	37		1	1		1			1					Farmaceutico
totales				30	24	36	18	37	17	25	14	8	3	1	1	



Análisis de la Demanda Turística Actual del Municipio de San Juan del Sur, en el mes de octubre del año 2017



Org.del viaje			O.V. Reservas directas			O.V. Reservas.AVyTO				Canal Informativo							
Reservas Directa	Reservas a través de	Sin Reserva Previa	Alojan	Transp	Alojamiento y	Paquete	Aloja	Transp	Otros	AAVV	Amigos o fam	Internet	TV	Folletos turis	Propia exp	Otros	
			1		1							1					
1															1		
	1							1				1					
			1									1					
			1									1					
1				1									1				
1				1									1				
1					1									1			
1						1								1			
1				1		1								1			
			1									1					
1				1												1	
			1													1	
			1									1					
			1											1			
1				1									1				
	1			1						1							
1				1											1		
1				1											1		
			1										1				
			1													1	
1				1												1	
1				1									1				
			1													1	
			1													1	
1				1									1				
1				1										1			
	1							1									
			1										1				
1				1												1	
			1													1	
1				1												1	
			1													1	
1				1												1	
1				1												1	
30	5		20	21	3	8	1	0	1	0	1	21	19	1	5	4	3



Análisis de la Demanda Turística Actual del Municipio de San Juan del Sur, en el mes de octubre del año 2017



N° de encuesta	Gastos Turísticos						
	1	2	3	4	5	6	7
1	Bares y discotecas	Transporte	Restauración	Alojamiento	Compras		
2	Restauración	Alojamiento	Paquetes Turísticos	Bares y discotecas	Transporte	Compras	Ocio-Cultura y Actv Tur
3	Restauración	Alojamiento	Paquetes Turísticos	Bares y discotecas	Ocio-Cultura y Actv Tur	Transporte	Compras
4	Paquetes Turísticos	Alojamiento	Restauración				
5	Restauración						
6	Ocio-Cultura y Actv Tur	Alojamiento	Paquetes Turísticos	Restauración	Bares y discotecas	Transporte	Compras
7	Ocio-Cultura y Actv Tur	Alojamiento	Restauración	Transporte	Bares y discotecas	Compras	
8	Ocio-Cultura y Actv Tur	Restauración	Alojamiento	Bares y discotecas	Compras		
9	Restauración	Alojamiento					
10	Restauración	Alojamiento					
11	Ocio-Cultura y Actv Tur	Restauración	Alojamiento	Compras	Transporte	Bares y discotecas	
12	Bares y discotecas	Alojamiento	Restauración	Transporte			
13	Bares y discotecas	Alojamiento	Ocio-Cultura y Actv Tur	Restauración	Transporte	Compras	
14	Restauración	Ocio-Cultura y Actv Tur	Transporte	Bares y discotecas	Alojamiento	Compras	
15	Alojamiento	Compras	Restauración	Bares y discotecas	Transporte	Ocio-Cultura y Actv Tur	
16	Alojamiento	Restauración	Bares y discotecas	Ocio-Cultura y Actv Tur	Compras	Paquetes Turísticos	Transporte
17	Restauración	Ocio-Cultura y Actv Tur	Transporte				
18	Restauración	Ocio-Cultura y Actv Tur	Transporte				
19	Restauración	Bares y discotecas	Alojamiento	Ocio-Cultura y Actv Tur	Compras	Transporte	Paquetes Turísticos
20	Restauración	Bares y discotecas	Ocio-Cultura y Actv Tur	Alojamiento	Transporte	Compras	Paquetes Turísticos
21	Restauración	Alojamiento	Bares y discotecas	Ocio-Cultura y Actv Tur	Transporte	Paquetes Turísticos	Compras
22	Alojamiento	Restauración					
23	Alojamiento	Bares y discotecas	Restauración				
24	Alojamiento	Bares y discotecas	Restauración				
25	Alojamiento	Restauración	Paquetes Turísticos	Ocio-Cultura y Actv Tur	Compras	Bares y discotecas	Transporte
26	Restauración	Ocio-Cultura y Actv Tur	Transporte	Compras			
27	Restauración	Alojamiento	Transporte	Bares y discotecas	Compras		
28	Alojamiento	Restauración	Transporte	Ocio-Cultura y Actv Tur	Bares y discotecas	Compras	Paquetes Turísticos
29	Alojamiento	Restauración	Transporte	Compras			
30	Alojamiento	Restauración	Transporte	Compras	Ocio-Cultura y Actv Tur	Paquetes Turísticos	Bares y discotecas
31	Alojamiento	Compras	Restauración	Transporte			
32	Alojamiento	Compras	Restauración	Transporte			
33	Bares y discotecas	Transporte					
34	Restauración						
35	Restauración	Ocio-Cultura y Actv Tur	Transporte				
36	Restauración	Ocio-Cultura y Actv Tur	Transporte				
37	Alojamiento	Restauración	Ocio-Cultura y Actv Tur	Transporte	Bares y discotecas	Compras	
38	Alojamiento	Restauración	Compras	Paquetes Turísticos			
39	Restauración	Ocio-Cultura y Actv Tur	Alojamiento	Transporte	Paquetes Turísticos	Compras	Bares y discotecas
40	Alojamiento	Bares y discotecas	Restauración	Paquetes Turísticos	Transporte	Ocio-Cultura y Actv Tur	
41	Alojamiento	Restauración	Transporte				
42	Transporte	Restauración					
43	Restauración	Restauración					
44	Restauración	Alojamiento	Bares y discotecas	Transporte	Paquetes Turísticos	Ocio-Cultura y Actv Tur	Compras
45	Alojamiento	Restauración	Bares y discotecas	Transporte	Ocio-Cultura y Actv Tur	Compras	Paquetes Turísticos
46	Alojamiento	Restauración	Transporte	Paquetes Turísticos	Bares y discotecas	Ocio-Cultura y Actv Tur	Compras
47	Restauración	Alojamiento	Ocio-Cultura y Actv Tur	Transporte	Bares y discotecas	Paquetes Turísticos	Compras
48	Alojamiento	Restauración	Transporte	Bares y discotecas	Paquetes Turísticos	Ocio-Cultura y Actv Tur	Compras
49	Transporte	Compras	Ocio-Cultura y Actv Tur	Bares y discotecas	Restauración	Alojamiento	
50	Alojamiento	Transporte	Restauración	Bares y discotecas	Ocio-Cultura y Actv Tur	Compras	
51	Restauración	Alojamiento	Bares y discotecas	Transporte	Paquetes Turísticos	Ocio-Cultura y Actv Tur	Compras
52	Alojamiento	Restauración	Transporte	Bares y discotecas	Compras	Ocio-Cultura y Actv Tur	
53	Restauración	Alojamiento	Transporte	Compras			
54	Alojamiento	Restauración	Bares y discotecas	Compras	Transporte	Ocio-Cultura y Actv Tur	Paquetes Turísticos



Anexo V. Galería de fotos



Fase de campo recopilación de datos



Fase de campo recopilación de datos



Vista panorámica de la Bahía de San Juan Del Sur



Embarcaciones después de la tormenta tropical Nate



Embarcaciones después de la tormenta tropical Nate



Vista de la bahía días después del paso de la tormenta Nate



Playa de San Juan Del Sur



Grupo de trabajo realizando encuestas



Oleaje de las playas de San Juan Del Sur



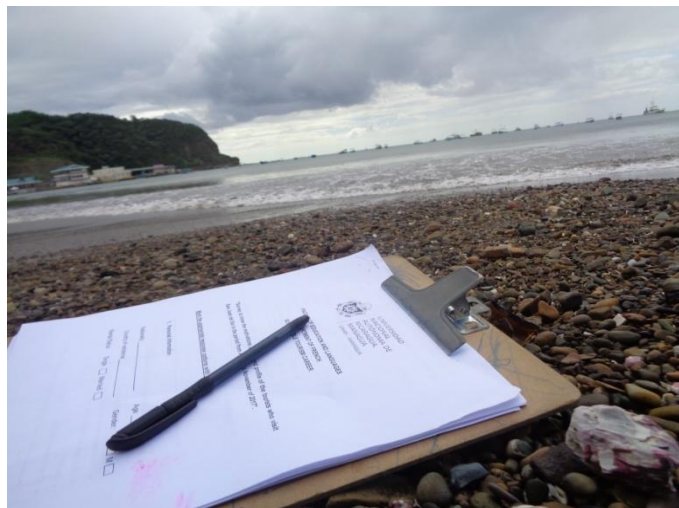
Vista de los restaurantes ubicados en la bahía



Turistas apoyando con el llenado de encuestas



Vista desde la playa hacia el Cristo de la Misericordia



Encuesta utilizada para la recopilación de datos