



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad de Educación e Idiomas

Departamento de Francés

Carrera de 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 Departamento de León en los destinos de índole cultural, sol y playa retomando las ruinas de León viejo, la catedral de León, las peñitas y poneloya

Autores:

Bra. Aguirre Mena María Verónica

Bra. Fuentes Murillo Perla Marina

Bra. Gonzáles Vega Urania del Carmen

Tutora:

Msc: Lisseth Castro

Managua 20 de Noviembre de 2017

¡A la libertad por la universidad!



INDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. JUSTIFICACIÓN	15
III. OBJETIVOS	16
IV. DESARROLLO DEL SUBTEMA	17
4.1. Situación del mercado turístico internacional	18
4.1.1. Tendencias del Turismo “El Turismo hacia el 2030”.....	25
4.1.2. Tendencias en motivaciones de viajes a largo plazo	27
4.2. Situación del mercado turístico nacional.....	30
4.2.1. Oferta	30
4.2.2. Oferta Turística de León.....	31
4.2.3. Demanda Turística.....	33
4.3. Análisis PEST (Nicaragua).....	36
4.3.1. Factores Políticos:.....	36
4.3.2. Factores Económicos:.....	38
4.3.3. Factores sociales:	39
4.3.4. Factores Tecnológicos:	40
4.4. Análisis del entorno en el departamento de león.....	42



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

4.4.1. Factores políticos:	42
4.4.2. Factores económicos:	42
4.4.3. Factores sociales	44
4.4.4. Factores tecnológicos	45
4.5. Análisis de la demanda actual en la ciudad de león	46
4.5.1. RESULTADOS, TURISTAS	46
4.5.2. ESTABLECIMIENTOS, RESULTADOS	62
V. CONCLUSIONES	63
VI. RECOMENDACIONES	65
VII. BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA	66
VIII. ANEXOS	67



Índice de ilustraciones

<i>Ilustración 1</i> Llegadas de turistas por región (fuente panorama de turismo) elaboración propia _____	20
<i>Ilustración 2</i> Llegadas de turistas por subregión (fuente panorama de turismo) elaboración propia _____	21
<i>Ilustración 3</i> Llegadas de Turistas por región (fuente panorama de Turista) Elaboración propia _____	26
<i>Ilustración 4</i> Evolucion de la oferta turística en Nicaragua (fuente INTUR) elaboración propia _____	30
<i>Ilustración 5</i> oferta Turística de León (fuente INTUR) Elaboración propia _____	32
<i>Ilustración 6</i> Motivaciones del Turista al viajar (fuente de INTUR) elaboración propia _____	33
<i>Ilustración 7</i> principales vías de entrada (fuente INTUR) Elaboración propia _____	34
<i>Ilustración 8</i> Llegadas de turistas según nacionalidades (fuente INTUR) Elaboración propia _____	35
<i>Ilustración 9</i> Edad de los Turistas que visitan los destinos seleccionados en la ciudad de León _____	46
<i>Ilustración 10</i> Estado civil de los turistas (elaboración propia) _____	47
<i>Ilustración 11</i> sexo de los turistas _____	48
<i>Ilustración 12</i> Nacionalidad de los Turistas _____	49
<i>Ilustración 13</i> Pais de Residencia _____	50
<i>Ilustración 14</i> Nacionalidad _____	50
<i>Ilustración 15</i> Situacion actual laboral _____	51
<i>Ilustración 16</i> situacion laboral (ocupados, sin trabajo) _____	51
<i>Ilustración 17</i> activos e inactivos _____	52
<i>Ilustración 18</i> Principales razón del turista al visitar León _____	53
<i>Ilustración 19</i> Organización del viaje (elaboración propia) _____	53
<i>Ilustración 20</i> Cantidad de turista que reservaron de manera directa(elaboración propia) _____	54
<i>Ilustración 21</i> Reserva a través de agencias de viajes _____	54
<i>Ilustración 22</i> Cantidad de acompañantes en su viaje _____	55
<i>Ilustración 23</i> Estancia de turista en León _____	55
<i>Ilustración 24</i> Transporte utilizado por el turista _____	56
<i>Ilustración 25</i> Autobús y Microbús _____	56



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



<i>Ilustración 26 vehículo propio y vehículo rentado</i>	57
<i>Ilustración 27 Actividades realizadas por el turista</i>	58
<i>Ilustración 28 Actividades realizadas en la playa</i>	58
<i>Ilustración 29 Gasto del turista</i>	59
<i>Ilustración 30 Cantidad de visitas</i>	59
<i>Ilustración 31 Numero de acompañantes</i>	60
<i>Ilustración 32 Nivel educativo</i>	60
<i>Ilustración 33 Ingreso mensual de los turistas</i>	61



DEDICATORIA

Primeramente a Dios todo poderoso por permitirme culminar mi carrera con éxito, poder lograr subir un peldaño más en mis estudios, por bendecirme cada día, A mis padres, porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, también cuando estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, por el orgullo que sienten por mí, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí., a mi madre María Eugenia Mena por su amor incondicional, su paciencia y sobre todos sus consejos en todo momento, valores, para ser una mejor persona, a mi Padre Abraham Alejandro Aguirre por su amor y apoyo incondicional, a mi hijo Francisco Abraham Obregón Aguirre porque él es mi motor por el cual seguir adelante y superarme cada día más, a mi hermana Yeslim Treminio por su apoyo incondicional y cariño.

Bra: María Verónica Aguirre Mena



DEDICATORIA

Dedico mi esfuerzo y este trabajo:

A Dios, porque me ha dado la oportunidad de vivir la experiencia del saber, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis metas y objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres Margarito Gonzáles y mi madre Juanita Vega Martínez por su apoyo incondicional, quienes han dado su máximo esfuerzo para mantenerme firme en mis estudios, por enseñarme valorar lo que tengo, y luchar por mis sueños, porque a pesar de las dificultades y carencias han dado lo mejor de ellos, por sus consejos, valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada por su protección y amor incondicional.

A la licenciada saurasany Castañeda quien ha sido de gran apoyo durante este proceso y ha compartido su valiosa experiencia, comprensión y profesionalismo.

A mi tutora Lisseth Castro y a todos los maestros que me brindaron sus conocimientos por su paciencia, dedicación, motivación, criterio y aliento. Quienes son una guía para todos y gracias a su gran apoyo y motivación he podido culminar mis estudios profesionales y elaborar esta tesis.

Bra: Urania Del Carmen Gonzáles Vega.



DEDICATORIA

Al creador de todas las cosas, al que me ha dado la vida y la salud el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello dedico primeramente mi trabajo a Dios. Dedico esta tesis A mi madre Luz Marina Toruño Murillo que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles. Por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional y por siempre estarme animando y no dejarme derrotar por ningún obstáculo. De igual forma agradezco a mi padre Bernardo Fuentes Quezada quien siempre me estuvo impulsando hacer una profesional quien me ha dado sus sabios consejos que a pesar de la distancia siempre estuvo apoyándome.

También dedico este trabajo a mi querida y Adorada Abuelita María Justina Quiñonez Murillo que a pesar que ya no está en vida, pero si en mi corazón gracias por sus consejos, por enseñarme a luchar por lo que se quiere por siempre estarme impulsando hacer una profesional, gracias por todo el amor incondicional abuelita Querida.

Gracias a mi Esposo Mauricio Rubén Zeledón por tenerme mucha paciencia, por su amor incondicional por siempre apoyarme en mi carrera como futura profesional por sus consejos, su amor incondicional

Bra: Perla Marina Fuentes Murillo.



AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios: primeramente, por darnos la vida y por estar con nosotras guiándonos en cada momento, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestras mentes y por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido fuente de inspiración, compañía y guías en todos nuestros estudios.

Agradecemos a nuestros padres y hermanos: por ser todo lo que somos, por estar presente en toda nuestra educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo. Gracias por haber fomentado el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Agradecemos de corazón a nuestra tutora Msc. Lisseth Castro, gracias por su paciencia, motivación, dedicación, criterio y aliento, fue un privilegio contar con su guía y ayuda.



VALORACIÓN DE LA TUTORA

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

Con el Subtema:

“Análisis de la Demanda Turística actual en el Departamento de León en los destinos de índole cultural, sol y playa retomando las ruinas de León viejo, la catedral de León, las peñitas y poneloya”

Presentado por:

Bra. Aguirre Mena María Verónica

Bra. Fuentes Murillo Perla Marina

Bra. Gonzáles Vega Urania del Carmen

certifico 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

La presente investigación se realizó en el departamento de León en sitios seleccionados que están enfocados en el turismo cultural y turismo sol y playa. La ciudad de León se encuentra a 95.4km por carretera vieja y a 98.5km por carretera nueva León de la capital de Managua.

León posee numerosos atractivos naturales, históricos-culturales de gran potencial para el sector Turismo. En los últimos años el gobierno en conjunto con la alcaldía y la delegación de INTUR ubicada en la ciudad de León se han interesado en desarrollar la actividad turística, implementando proyectos para la mejora en la infraestructura de los destinos, de igual manera han impulsado campañas con el objetivo de promover a León como un destino a visitar.

La investigación realizada tiene un enfoque cuantitativo con una incidencia en lo cualitativo, es de alcance transversa descriptiva ya que se recolecta datos en un solo momento en un tiempo único, este procedimiento consiste en estudiar distintas variables a grupo de turista y así proporcionar su descripción.

El objetivo principal es realizar un análisis de la demanda turística actual, con el fin de conocer el perfil de los turistas que visitan el departamento de León en los destinos de índole cultural y de sol y playa retomando las Ruinas de León Viejo, Catedral de León y Playas Las Peñitas y Poneloya.

Este informe está conformado por cuatro acápites que de forma conjunta establecen los resultados del objetivo general.

En el primer acápite comprende el análisis de la situación del mercado turístico internacional en el cual se aborda el tema de las tendencias de turismo hacia el 2030 y



las tendencias en motivaciones de viaje a largo plazo, de igual manera se presenta una descripción de los principales países que más gastan al realizar turismo internacional.

En el segundo acápite se presenta el análisis de la situación del mercado turístico nacional en el cual se describe la demanda y oferta turística del país resaltando la de la del departamento de León por ser nuestro sitio de estudio, mostrando la evolución que ha tenido la oferta turística a nivel nacional y del departamento.

En el tercer acápite se representa el análisis PEST o análisis de entorno en el que se identifican los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que inciden en el sitio de estudio.

El cuarto y último acápite presenta el Análisis de la Demanda Turística actual en la departamento de León en los destinos de índole cultural, sol y playa retomando las ruinas de León viejo, la catedral de León, las peñitas y poneloya, Así mismo incorpora los resultados obtenidos al aplicar los instrumentos de recolección de información (encuestas y entrevistas) a los turista y propietarios de establecimientos turísticos en los destinos mencionados, teniendo como principal resultado que los turistas de nacionalidad extranjera del sexo femenino, con una situación actual laboral activa, y estado civil soltero, son las características principales de los turistas que predominan en los sitios seleccionados del departamento.



I. INTRODUCCIÓN

El turismo en Nicaragua durante las últimas décadas ha generado ingresos significativos al producto interno bruto en el 2015 el turismo aportó un 4.1% al PIB, convertido en 12,533.0 millones de córdobas, cabe señalar que el crecimiento que ha tenido el turismo en el país es acelerado diversificando la oferta turística y ligándola a las necesidades de la demanda

El departamento de León es uno de los principales destinos turísticos más visitado de Nicaragua por poseer un gran potencial turístico y presenta una diversidad de entretenimiento para los turistas que deseen visitarlo, es considerada a través de su historia, como la cuna de la cultura en Nicaragua.

Un estudio de mercado es una herramienta importante para conocer el tipo de demanda turística que predomina el destino y sus sitios de interés.

La presente investigación comprende el tema investigación de mercado turísticos, y su objetivo principal es analizar la demanda turística en destinos seleccionados del departamento de León que están enfocados en el turismo cultural y sol y playa como las Ruinas de León viejo, Catedral de León, Las Peñitas y Poneloya en el periodo del segundo semestre del año 2017. Con el tema a investigar se pretende conocer el perfil del turista que visita los destinos ya mencionados.

La investigación realizada tiene un enfoque cuantitativo con incidencia en lo cualitativo, cuantitativo ya que se generaron números, datos que se presentan en gráficas, y muestran los resultados de la información recopilada. Cualitativo porque se realizó un análisis de las gráficas que se presentan en el documento. En este proceso se utilizó la recolección de datos, esta investigación es de alcance transversal descriptiva, ya que se



recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Este 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 segundo semestre, en el mes de octubre. Describiendo la situación y las características de la demanda actual del departamento de León.

El método utilizado es 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 actual del departamento de León.

En la realización de ese trabajo se utilizó algunas fuentes a nivel internacional y nacional algunas de ellas La OMT Organización Mundial del Turismo, El Boletín de Estadísticas de INTUR, World Tourism Organization UNWTO Tourism towards 2030. Las técnicas utilizadas para la recolección de información en el departamento de León fueron primeramente una prueba piloto, aplicada a estudiantes de III año de la carrera de turismo, así evaluando 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, para luego ser aplicadas a los turistas tanto extranjeros como Nacionales, de igual manera las entrevistas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos.

El 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 adjetivo denominado muestra. Se realizó una muestra probabilística aleatoria cuya cantidad estuvo en dependencia de los turistas que visitaban el destino turístico 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 las condiciones climáticas del momento.



Para la realización de las encuestas y entrevistas se visitaron los destinos turísticos seleccionados. Tales son Las ruinas de león viejo, La catedral de león, Las peñitas Y PoneLOYA donde se solicitó la colaboración a los turistas,

Proporcionándoles ayuda en la lectura, lápiz, y aclaraciones con respecto al llenado, un 90% de las encuestas fue llenado por turistas extranjeros y un 10% por turistas Nacionales, dichas entrevistas se dividieron por destinos turísticos,

Una vez finalizado el proceso de la aplicación de instrumentos (encuestas y entrevistas) se procedió a digitar los datos recolectados en el programa **SPSS** Siglas del staticas package for the social sciences traducido al castellano como paquete estadístico para las ciencias sociales. Y así obtener los resultados de la investigación.

En este estudio se recogen las principales unidades y correspondientes variables de observación de movimientos turísticos y características de los turistas Nacionales y Extranjeros que visitan el destino. Entre las que están

VARIABLES Utilizadas Edad, Estado Civil, Nacionalidad, Sexo, Ocupación Profesional, Motivo de la Visita Forma de Viaje, Tipo de destino, Periodo de la Visita, Motivo de la visita del día Medio de transporte, Tipo de destino, Actividades a realizar durante la visita, Gastos Turísticos, Acompañantes, Visitantes.



II. JUSTIFICACIÓN

Nicaragua es asombrosa y pintoresca, con una extensa mezcla de cultura y naturaleza, uno de los destinos turísticos más posicionado del país es el departamento de León, por ofrecer una perfecta combinación de historia, cultura y naturaleza, los turistas que visitan este sitio tanto nacionales como internacionales optan por explorar los diferentes tipos de turismo, principalmente el turismo cultural, sol y playa.

Es importante realizar una investigación de mercado turístico enfocado en analizar la situación de la demanda turística actual en el departamento de León por ser uno de los destinos más visitados del país, con el tema a investigar se pretende conocer aspectos generales y relevantes de la demanda según características demográficas y principales motivaciones de viaje.

El contenido de esta temática es de gran utilidad para todas las personas, ya que permite indagarse más en lo respecta la investigación de mercado específicamente en la demanda turística actual del departamento de León, así mismo servirá como antecedente para dar continuidad a trabajos investigativos futuros relacionado con dicho tema.

Hasta la fecha y de acuerdo a la revisión bibliográfica realizada, no se encontró ningún estudio similar enfocado en el análisis de la demanda turística actual, esto justifica de manera particular la selección del tema de investigación.



III. OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar la demanda turística actual en la ciudad de León en los destinos de índole cultural, sol y playa tales como las ruinas de León viejo, la catedral de León, las peñitas y Poneloya.

Objetivos Específicos

- Análisis del Mercado Turístico Internacional
- Elaborar un estudio del Mercado Turístico Nacional
- Realizar un Análisis PEST del Mercado Turístico de la Ciudad de León



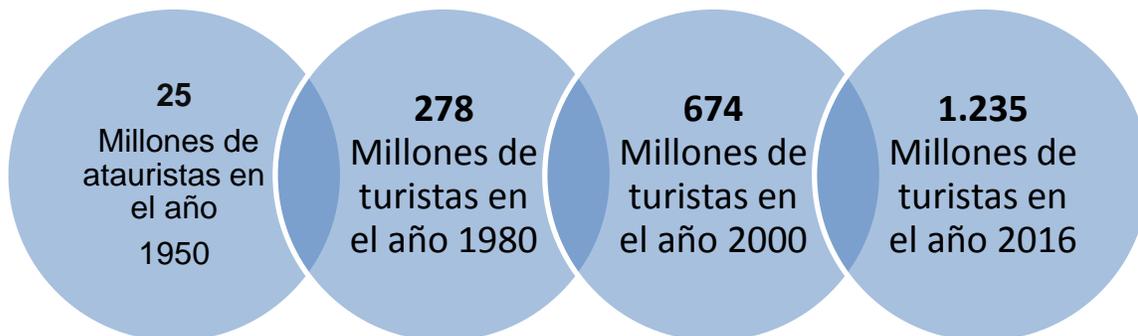
IV. DESARROLLO DEL SUBTEMA



4.1. Situación del mercado turístico internacional

Según organización mundial del turismo (OMT) 2017, en los últimos años el turismo ha logrado representar mayor crecimiento que el comercio con un 7% de exportaciones, es por ello que el turismo ocupa el tercer puesto a nivel mundial.

Incremento de Turistas



Fuente Panorama de OMT del turismo

El año 2016 fue el séptimo año consecutivo de crecimiento sostenido tras la crisis económica y financiera mundial del 2009. Desde la década de 1960 no se ha registrado una secuencia comparable de crecimiento sólido ininterrumpido. Como resultado, 300 millones más de turistas internacionales viajaron por todo el mundo en el 2016 en comparación con el récord anterior a la crisis en 2008. Los ingresos internacionales del turismo crecieron a un ritmo similar en este periodo.

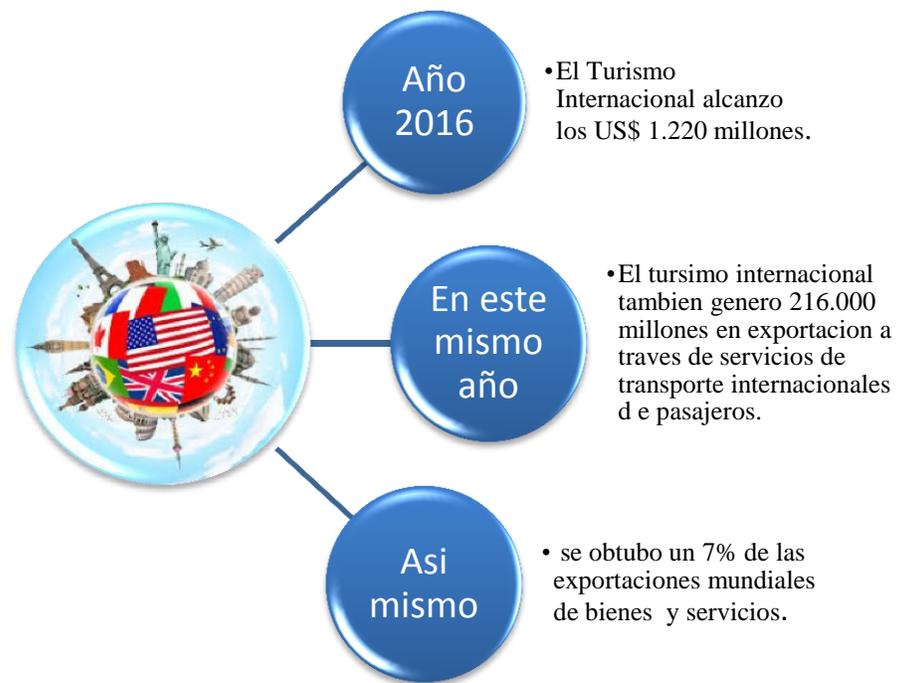
El turismo ha mostrado una fuerza y resistencia asombrosa en los últimos años, a pesar de muchos desafíos, particularmente los relacionados con la seguridad, los viajes internacionales continúan fuertemente y contribuyen a generar empleo y al bienestar de las comunidades de todo el mundo. El año 2017 ha sido designado por las naciones unidas como el año internacional del desarrollo turístico sostenible, el Sr. Rifai dijo que se necesita trabajar más estrechamente para aprovechar la contribución del turismo al crecimiento económico, la inclusión social, la preservación cultural y ambiental y la comprensión mutua.



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

La llegada de turistas internacionales en el 2016 alcanzó un total de 1.235 millones alineándose al incremento positivo y moderado de los años anteriores. De esta manera sin números de destinos receptivos generaron e incrementaron buenos resultados del crecimiento, sin embargo, otros países tales como Francia, Bélgica y la federación de Rusia disminuyeron el aumento de las visitas internacionales, puesto que enfrentaron a las secuelas de incidentes de seguridad.

Así mismo los ingresos por turismo internacional en el año 2016 alcanzaron los 1.220 millones de dólares además de los ingresos obtenidos en los destinos, el turismo internacional también genero US\$ 216.000 millones en exportación, a través de servicios de transporte internacional de pasajeros, elevando el valor total de las exportaciones turísticas a 1.4 billones. Es importante destacar que el turismo internacional representa el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, después de haber aumentado un punto porcentual desde el 6% en el 2016.





Llegas de Turistas internacionales

La OMT, detalla el crecimiento de cada uno de las regiones en cuanto al aumento de la actividad turística internacional en el año 2016 por regiones y sub regiones, los resultados en Europa se han mezclado bastante con una serie de destinos afectados por los desafíos de seguridad y protección. Las llegadas internacionales llegaron a 620 millones en el 2016, o 12 millones, 2% más que en 2015.

Europa del Norte (6%) y Europa Central (más 4%) registraron buenos resultados, mientras que en Europa mediterránea creció un 1% y en Europa occidental los resultados fueron planos. Asia y el pacífico (más 8%) impulsaron el crecimiento entre regiones tanto en términos relativos como absolutos, registrando 24 millones de llegadas de turistas internacionales más en 2016 a un total de 303 millones. El crecimiento fue fuerte en las cuatro sub regiones, con Oceanía recibiendo un 10% más de llegadas, Asia meridional un 9% más y Asia nororiental y Asia sud oriental un 8% más las llegadas de turistas internacionales en las Américas más 4% aumentaron en 8 millones para llegar a 201 millones, consolidando los sólidos resultados registrados en los dos últimos años.

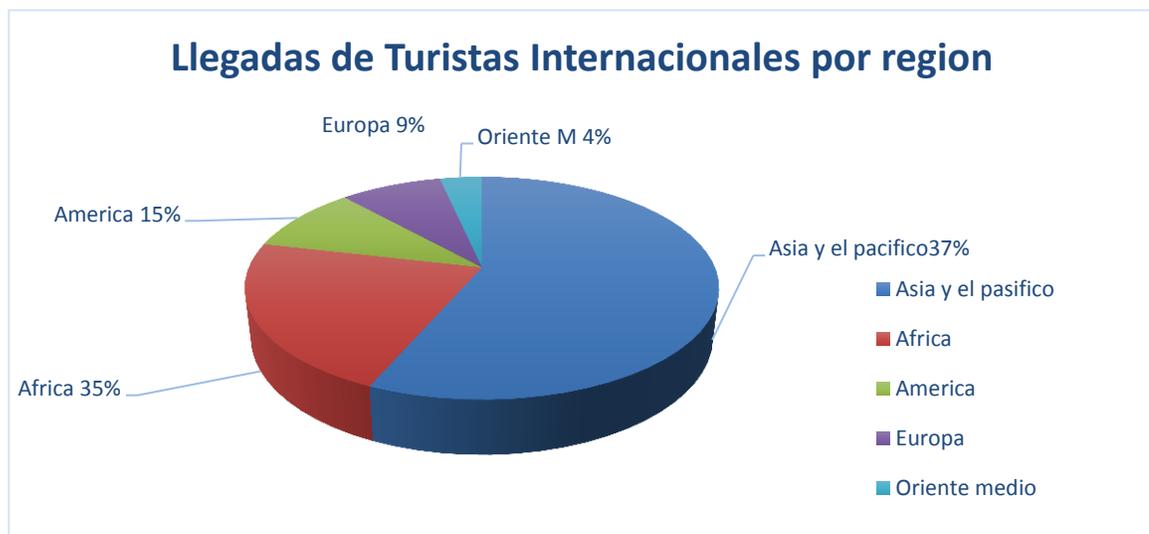


Ilustración Llegadas de turistas por región (fuente panorama de turismo) elaboración propia



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

En América del sur y América Central el crecimiento fue algo más fuerte ambos más del 6%. Mientras que en el Caribe y América del Norte registraron un 4% más de llegadas los datos disponibles para África apuntan al 8% de millones de llegadas para llegar a 58 millones. África subsahariana más un 11%, Oriente recibió 54 millones de turistas internacionales según la OMT.

Los datos por subregión demostraron que los resultados más fuertes se registraron en África subsahariana con un aumento del 10%, seguido por Oceanía con un 9,4%, Asia nororiental y Asia sudoriental con un incremento del 8,6% así mismo Asia meridional con 7,8% y Sudamérica con un 6,7%.

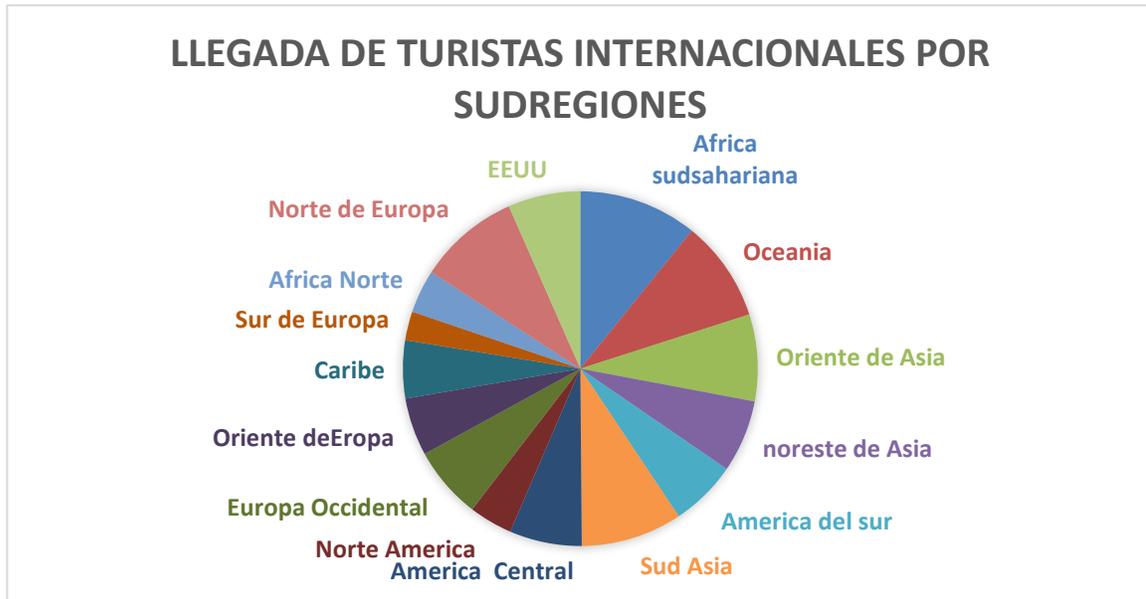


Ilustración 2 Llegadas de turistas por subregión (fuente panorama de turismo) elaboración propia

Turismo Emisor

La gran mayoría de los viajes internacionales tienen lugar en la propia región de los viajeros, y cuatro de cada cinco llegadas en el mundo tienen su origen en la misma región. Los mercados emisores del turismo internacional se han concentrado tradicionalmente en las economías avanzadas de Europa, las Américas y Asia y el Pacífico. Sin embargo, con el aumento de la renta disponible, muchas economías emergentes han experimentado un fuerte crecimiento en los últimos años, en particular



en los mercados de Asia, Europa Central y Oriental, Oriente medio, África y América latina.

Según datos estadísticos de la OMT más de la mitad de todas las llegadas de turistas internacionales viajaron por fines de ocio en sus vacaciones, fueron el 57% Equivalente a 657 millones. El 13% de todos los turistas internacionales informaron haber viajado por motivos profesionales, así mismo un 27% viajo por otros motivos, como visitas a amigos y parientes, religiosas por salud, un 7% de las llegadas no fueron detalladas. La tendencia de viajar en transporte aéreo en el

2016 mostro mayores resultados en comparación al transporte terrestre ya que un 55% de todos los visitantes que viajaban durante la noche a su destino lo hacían por aire, mientras que el resto viajo por transporte terrestre un 41% por carretera 39% por ferrocarril y el 2% por vía acuática.

Los que más gastan en turismo internacional La República de Corea se coloca entre los 10 primeros mercados emisores.

Según datos de la OMT China, los Estados Unidos y el Reino Unido lideraron el turismo emisor en sus respectivas regiones en 2015, impulsados por la fortaleza de sus monedas y de sus economías. China sigue liderando el turismo emisor mundial, después de registrar año tras año desde 2004 tasas de crecimiento de dos dígitos en su gasto turístico, lo cual ha beneficiado a destinos asiáticos como Japón y Tailandia, así como a los Estados Unidos y a diversos destinos europeos. El gasto de los viajeros chinos creció un 26% en 2015 hasta alcanzar los 292.000 millones de dólares de los EE.UU., mientras que el total de viajeros creció un 10% hasta situarse en los 128 millones.

El gasto turístico del segundo mayor mercado emisor del mundo, los Estados Unidos, alcanzó los 113.000 millones de dólares de los EE.UU. en 2015, mientras que el número de viajeros creció hasta los 73 millones. El Reino Unido, el cuarto mercado emisor, lideró el crecimiento de la demanda de turismo internacional en Europa, impulsado por una



libra esterlina fuerte con respecto al euro. Los viajes al extranjero de residentes del Reino Unido aumentaron en 5 millones, hasta alcanzar los 64 millones en 2015, con un gasto en turismo internacional de 63.000 millones de dólares.

La demanda de otros grandes mercados emisores fue más moderada, debido en parte a la debilidad de sus divisas. Alemania sigue siendo el tercer mayor mercado emisor, con un ligero descenso de su gasto el pasado año, que quedó en 78.000 millones de dólares de los EE.UU. Francia (38.000 millones de dólares) también registró un descenso, pero



avanzó no obstante una posición en el ranking de gasto por turismo, quedando en quinto lugar. La Federación de Rusia (35.000 millones de dólares) retrocedió un puesto, siendo sexta, a pesar del aumento del gasto de un 10% en 2015. Canadá sigue ocupando el séptimo puesto, con 29.000 millones de dólares de los EE.UU. de gasto.



Países del mundo que más gastan en Turismo

La República de Corea registró un aumento considerable en el gasto, hasta los 25.000 millones de dólares, y avanzó seis posiciones hasta entrar en la lista de los diez primeros, ocupando el octavo lugar. Como consecuencia, Italia (24.000 millones de dólares) y Australia (23.000 millones) retrocedieron ambas un puesto en el ranking, quedando respectivamente novena y décima.

Otros mercados emisores, más allá de los diez primeros, que registraron un crecimiento de dos dígitos el año 2015 fueron: España, Suecia, Taiwán (Provincia de China), Kuwait, Filipinas, Tailandia, Argentina, la República Checa, Israel, Egipto y Sudáfrica.

Turismo Receptivo

El turismo receptivo en muchos países es una fuente vital de ingresos que contribuye en gran manera a la economía de los países y destinos, ejemplo de ello es el gasto promedio que desembolsan los turistas internacionales en cuanto a alojamiento entre alimentos y bebidas, entretenimiento, compras entre otros servicios.

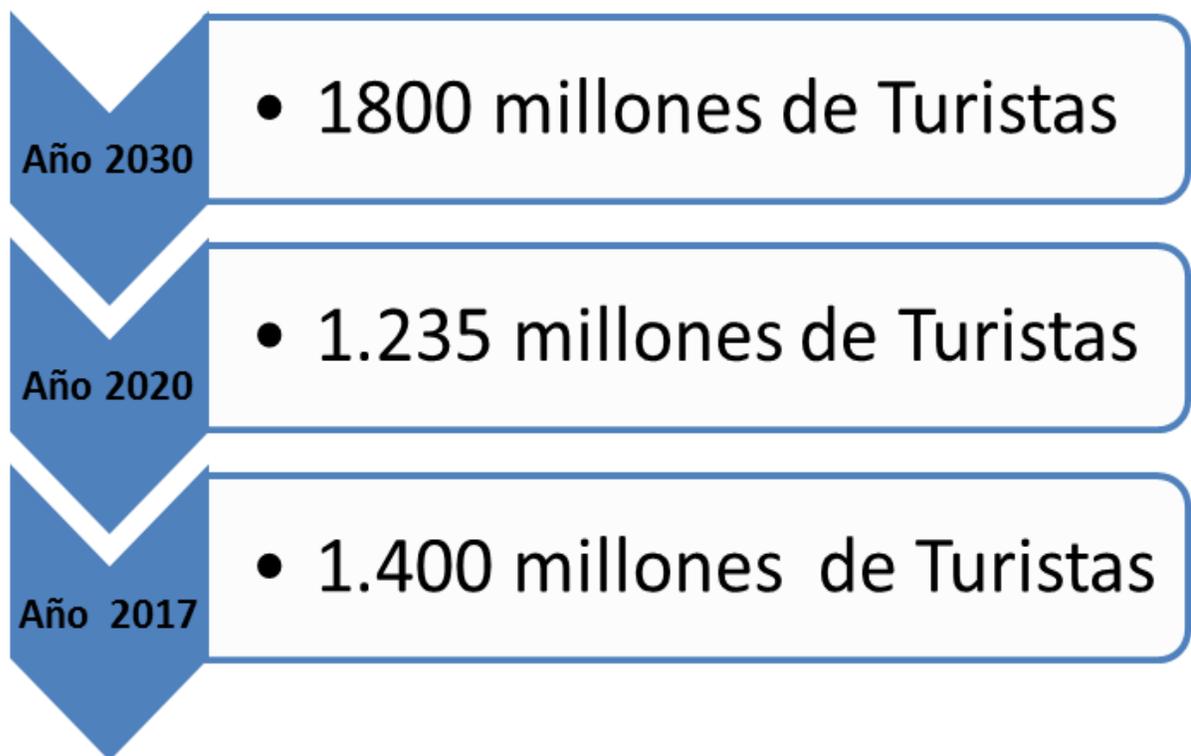
En el 2016 alcanzó los US\$ 1.220 millones, representando un aumento del 26% en términos reales. Los ingresos por turistas en términos reales aumentaron a un 8% en África, un 5% en Asia y pacífico, 3% en las Américas y un 1% en Europa, mientras que disminuyeron un 2% en oriente medio, de igual forma el turismo internacional generó US\$ 216 millones en exportaciones a través de servicios de transporte internacional de pasajeros.



4.1.1. Tendencias del Turismo “El Turismo hacia el 2030”

El informe de la OMT Turismo hacia el 2030. Establece que, el número de turistas internacionales, aumentara en un promedio del 3,3% anual durante el periodo comprendido entre el 2010-2030, en datos reales el incremento anualmente de las llegadas de turistas internacionales será de 43 millones de turistas, los cuales Asia y el pacífico explotaran la mayor parte de las llegadas, con un incremento anual del 5%, generando una media de 17 millones de turistas adicionales cada año.

Europa con 16 millones de llegadas internacionales más al año, con un aumento del 2,5% debido a que los países europeos son economías fructificas en las que viajar



forma parte del estilo de vida.

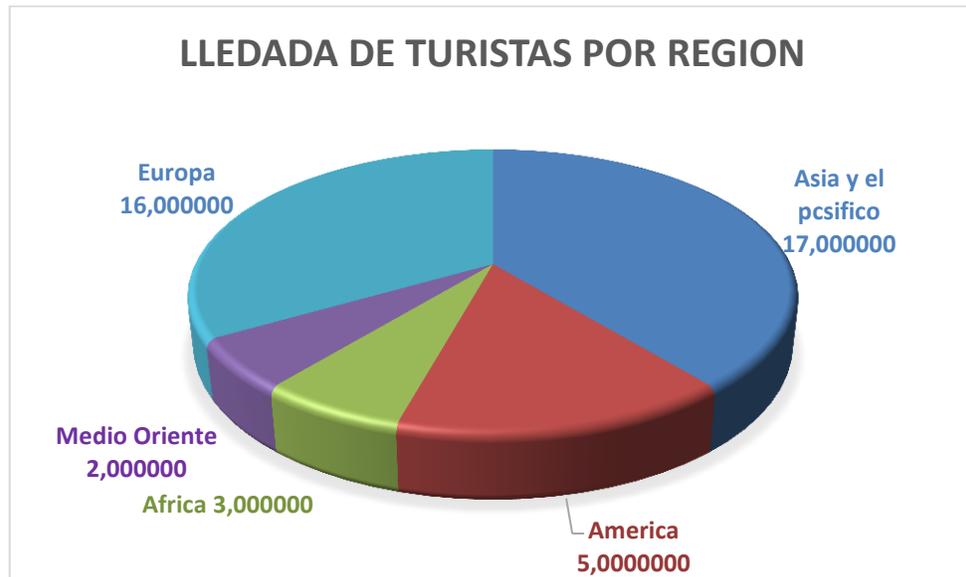


Ilustración 3 Llegadas de Turistas por región (fuente panorama de Turista) Elaboración propia

El turismo de la OMT 2016 determina que para el 2030, el 57% de las llegadas internacionales serán los destinos de economía emergente y el 43% en las economías avanzadas. El crecimiento más fuerte se observa en Asia y el Pacífico, así mismo en Oriente Medio y África duplican su número de llegadas durante el periodo. En Europa y las Américas de 450 millones a 248 millones crecerían comparativamente más lento. Según la OMT especifica que las llegadas por ocio o vacaciones aumentarían a una tasa similar que el total de las llegadas “el 3,3% anual” para el 2030, las llegadas para visitar a amigos y parientes, por motivos de salud o razones religiosas, entre otros propósitos representarían el 31% del total de las llegadas de turistas internacionales, las vacaciones representarían el 54% de ellas y las llegadas por negocios y por motivos Profesionales supondrán el 15% del total.

En los próximos 20 años se experimentará un crecimiento continuo del sector, un crecimiento más moderado, responsable e incluyente además este crecimiento ofrece considerables posibilidades, ya que pueden ser también años de liderazgo en los que el turismo habrá el camino del crecimiento económico, el proceso social



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

y la sostenibilidad ambiental por lo que el sector experimentara a largo plazo alcances positivos que beneficien a los actores públicos y privados capaces de generar cambios

positivos en los en los ámbitos económicos, socioculturales y ambientales del entorno donde se desarrolla.

4.1.2. Tendencias en motivaciones de viajes a largo plazo

Las tendencias de los Visitantes para el 2030 van hacer diversas, ya que se identifican seis perfiles de viajeros diferentes influenciados por los nuevos estilos emergentes y los nuevos comportamientos de compra son los buscadores de capital social; los turistas culturales los comprometidos éticamente los amantes de la comodidad y los cazadores de lujo. Todos ellos se distinguen por la motivación principal del viaje, sin embargo, algunos viajeros podrán ser una mezcla de los distintos perfiles, dependiendo del tipo de viaje que realicen en cada momento. Por lo tanto, es de importante que el sector proyecte y diversifique la oferta futura, partiendo de las motivaciones y necesidades del viajero.

La tendencia del turismo sostenible a largo plazo, fue elaborada en el VI foro de sostenibilidad y turismo, en donde participaron el instituto Tecnológico Hotelero, ITH y la Organización Mundial del Turismo OMT, los cuales crearon herramientas que contribuyan a la concientización, al fomento y al uso de las practicas sostenibles enfocadas a los visitantes actuales y futuros.

El IV foro tuvo como lema: “Hacia el consumo y la producción sostenible en el sector Turístico”

En cuanto a otras tendencias turísticas se describirán doce, las cuales presentarán mayor dominio a lo largo del tiempo:

Sin duda alguna la gastronomía mueve el mundo del turismo hoy en día. Las personas desean probar nuevos sabores, conocer nuevas recetas, crecer en lo culinario, degustando platos típicos conocer nuevas culturas, nuevos mundos de la gastronomía diferentes al de su entorno habitual.



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

Reservas a través de los móviles: los servicios podrán ser reservables de manera sencilla a través del teléfono celular. Las empresas deberán adaptar su sitio web.

Las agencias de viajes seguirán controlando el mercado si bien todas las empresas del sector tratan de potenciar las reservas directas, las agencias y los

Comparadores prosiguen su crecimiento en varios mercados solo con ligeros descensos en algunos países europeos

En cuanto al Turismo de negocios: este turismo seguirá potencializando y creciendo cada vez más en la medida en la que la economía sigue su lenta recuperación. Esto complementara el crecimiento comparable del turismo.

El Turismo de Proximidad: este turismo es también llamado (Staycations) esta tendencia se fortalece en mercados emisores relevantes, como Alemania y sobre todo Reino Unido.

Viajes de Celebración: viajar para celebrar un acontecimiento familiar o para formar parte de una celebración nacional.

Agencias de Marketing Turístico: estas agencias apuestan por seguir generando contenido de calidad de diferentes formatos, potenciar a los clientes que ellos generen su propio contenido.

Herramientas importantes para atraer al mercado: utilización de redes sociales ya que actualmente todo se mueve en torno a la tecnología. Facebook e Instagram son las redes sociales con un mayor número de usuarios más activos y con una mayor cantidad de contenido relevante desde la perspectiva turística.

Busque de Experiencias: la búsqueda de experiencias es muy importante para el turista ya que su objetivo es llevarse al nuevo y bueno del viaje; los estudios científicos afirman que el disfrute de experiencias viajeras nos hace más felices. Esto se traslada al sector turismo con nuevos Players en la comercialización de experiencias en destinos Turísticos.

Los idiomas, trato al cliente, capacidad de adaptación al cambio climático son claves para los RRHH en la era de las experiencias y la generación de emociones, el talento humano resulta fundamental.



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León





4.2. Situación del mercado turístico nacional

4.2.1. Oferta

La oferta Turística está conformada por los bienes y servicios que utiliza el Turista por necesidad o recreo, alguno de los elementos que conforman la Demanda Turística son alojamientos, restaurantes, transporte público, centros recreativos.

Nicaragua ha tenido un crecimiento en cuanto a la diversificación de la oferta Turística, principalmente en el servicio de alojamiento, Managua y Rivas son los departamentos en ofrecer gran variedad en este servicio.” Después de Managua la oferta de hoteles y hospedajes en las ciudades de Chinandega, León y Granada son las más altas superan los 200 establecimientos” Rocha, M. (7 febrero2017) Pacífico del país con la mayor oferta Turística. Metro.

Existen diferentes tipos de alojamientos según sus categorías de una a cinco estrellas estos clasificados en Hoteles, Condo Hoteles, Aparto-Hoteles, Alojamiento Turísticos de carácter no hotelero (ATCNH).

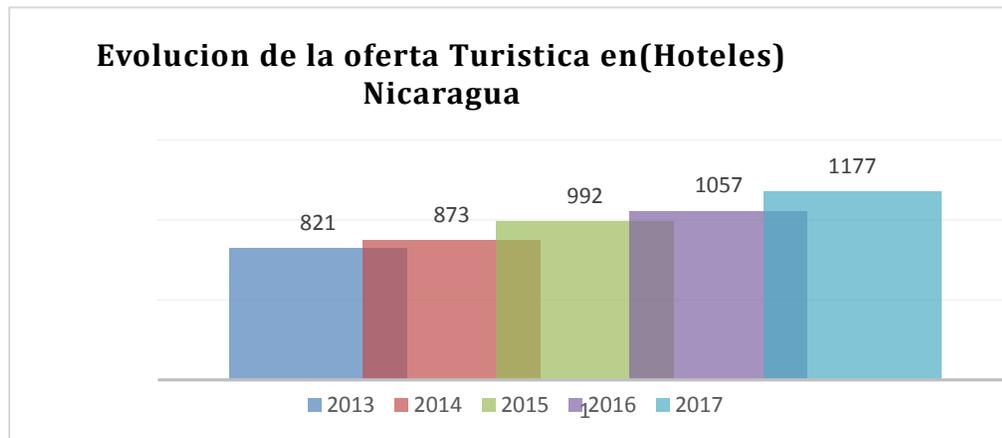


Ilustración 4Evolucion de la oferta turística en Nicaragua (fuente INTUR) elaboración propia



Nicaragua cuenta con 372 hoteles estos divididos en 10 hoteles de cinco estrellas, 34 de cuatro estrellas, 95 de tres estrellas, 117 de dos estrellas, 116 hoteles de una estrella. Así mismo cuenta con 8 Condo Hoteles, 1 de cinco estrellas, 4 de cuatro estrellas, 2 de tres estrellas y uno de dos estrellas, De igual manera se encuentran 782 alojamientos turísticos de carácter no hotelero 1 de cuatro

Estrellas, 73 de tres estrellas, 142 de dos estrellas y 566 de una estrella, todos estos establecimientos de alojamientos ubicados en diferentes puntos del país.

4.2.2. Oferta Turística de León

El departamento de León conocido por sus hermosas playas, clima caliente e invaluable historia su casco urbano es en sí un destino atractivo esto gracias a la vistosa arquitectura colonial que presenta el centro de la ciudad en donde se destacan las fachadas de sus iglesias y su imponente catedral, La más grande de centro América, En el departamento de León se encuentran destinos turísticos en los cuales se pueden realizar diferentes actividades según las preferencias del visitante, desde escalar cualquiera de los 8 volcanes de León o disfrutar de las hermosas playas del pacífico las más populares divididas entre Nagarote y la Ciudad de León, Visitar las históricas Ruinas de León viejo, Ciudad que fue sepultada por una erupción del Volcán Momotombo y declarado patrimonio de la humanidad.

Las playas más importantes del departamento de León son las Peñitas y Poneloya, ambas con infraestructura Turística, en las que pueden realizar actividades como paseos en lanchas, juegos deportivos, recorrer las costas en cuatriciclo y paseos a caballo en las costas. Es la ciudad perfecta para los visitantes amantes del turismo cultural y de sol y playa.

La oferta Hotelera en León es una de las más variadas del país, León, Ofrece a sus visitantes diversas opciones en el servicio de alojamientos turísticos se localizan 128 establecimientos clasificados según tipo y categorías en hoteles, apartotel y ATCNH,



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

existen 5 hoteles de cuatro de estrellas, 9 hoteles de 3 estrellas, 6 hoteles de una estrella, un apartotel y 103 alojamientos turísticos de carácter no hotelero.

León ha venido evolucionando constantemente en cambio a años anteriores en el año 2016 aumento en un 10.9 % en establecimientos de alojamientos turísticos. Así mismo León cuenta con 117 restaurantes y 11 centros recreativos, 28 cafeterías, 203 bares, 1 centro de diversión nocturna, 9 discotecas, 10 empresas de transporte Turístico.



Ilustración 5 oferta Turística de León (fuente INTUR) Elaboración propia



4.2.3. Demanda Turística

La Demanda Turística la conforman los Viajeros, visitantes, y Turistas estas personas con diferentes características demográficas e intereses diferentes de recreación, y distintas Motivaciones de Viajes.

EL Perfil del Turista que visita Nicaragua Según características Demográficas La mayoría de los visitantes son del sexo masculino entre las edades de 26 a 40 años con un alto nivel de estudio. Según información encontrada en el boletín de estadísticas de Turismo Existen 2 características al organizar su viaje estas son contratando los servicios de una agencia o por cuenta propia, siendo esta ultima la más usada por los turistas que visitan Nicaragua, un 98.9% prefieren organizar su viaje por cuenta propia y solo un 1.1% por medio de una agencia. Existen diferentes motivaciones por el cual el Turista decide viajar entre estos están vacaciones, visita familiar, negocio, conferencia, religión, salud según información encontrada en el boletín estadístico la principal motivación es vacaciones o recreo un 42.2% viaja por ese motivo.

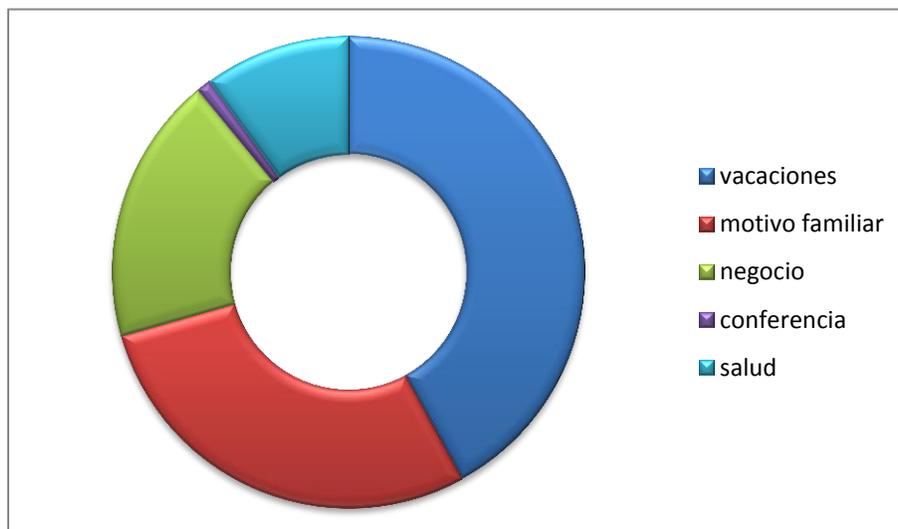


Ilustración 6 Motivaciones del Turista al viajar (fuente de INTUR) elaboración propia



En el año 2016 llegaron a Nicaragua un total de 1595,94 visitantes, estos clasificados en Turista y Excursionistas este último dividido en cruceceristas y visitantes, predominando más los Turistas del día obteniendo un mayor número de visitas en los

Meses de Marzo y diciembre. Las llegadas de Turistas a Nicaragua según los principales puestos migratorios de entrada al país durante este mismo año los cuales son el Aeropuerto internacional de Managua, peñas Blancas, el Guasaule entre otros, la mayoría de los turistas entraron al país por vía terrestre en el puesto migratorio de peñas Blancas

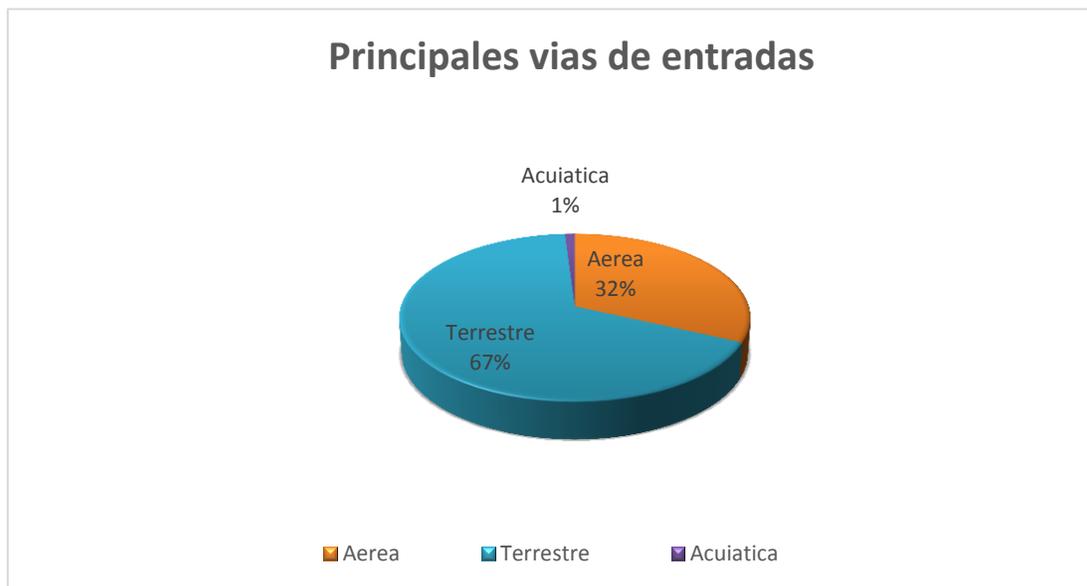


Ilustración 7 principales vías de entrada (fuente INTUR) Elaboración propia

Las llegadas de Turistas de Nacionalidad Americana fueron de un total de 346, 186 predominando más los de nacionalidad estadounidense, así mismo se registraron 997, 726 visitas de Turistas de Centroamérica con un mayor número de visitas del país de Honduras., de igual manera Suramérica registro un total de visitas de 31,629 y por último se obtuvo 101,115 visitas de Turistas de nacionalidad europea.



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

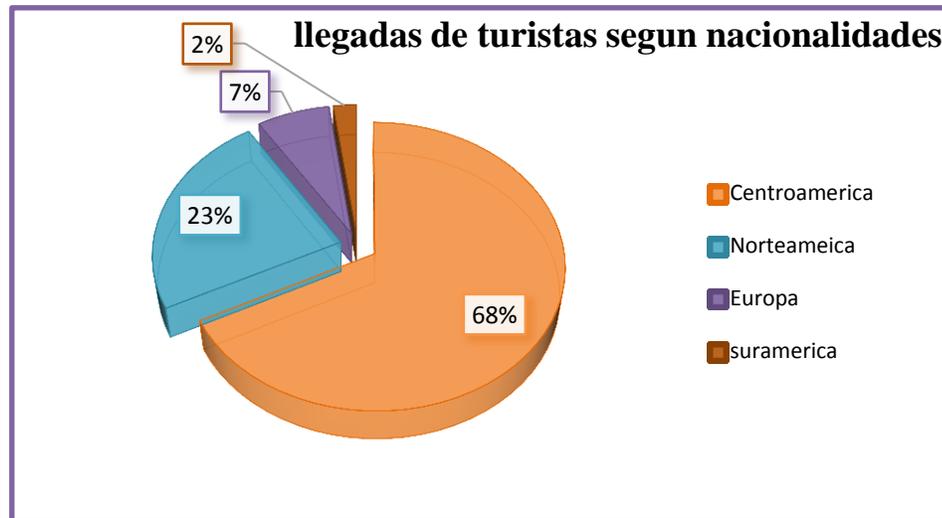


Ilustración 8llegadas de turistas según nacionalidades (fuente INTUR) Elaboración propia



4.3. Análisis PEST (Nicaragua)

4.3.1. Factores Políticos:

Los destinos más visitados por los turistas son las ciudades coloniales (León, Granada) la isla de Ometepe, Mercado de Artesanía de Masaya, las playas del pacífico, los pueblos blancos, isletas de Granada, otros sitios, destinos en los cuales se pueden realizar distintas actividades dependiendo de los intereses de recreación de cada uno tales actividades son senderismo, sandboarding pesca, cabalgata.



Nicaragua es una República democrática. Los últimos años han estado marcados por la revolución sandinista y la contra.

En la actualidad, existe una relativa tranquilidad económica y política que está relanzando el turismo en el país. Nicaragua tiene un Ente regulador de la actividad turística, el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) dicha institución respaldada con la ley 298 ley creadora del INTUR, El objetivo de esta institución es direccionar y aplicar la política nacional en el área de turismo promoviendo y desarrollando la actividad Turística en el país, de igual manera cuenta con delegaciones departamentales esto con el objetivo de tener un mejor control de la actividad Turística en los diferentes departamentos.

La actividad Turística y su relación con el medio ambiente se puede definir como el conjunto de recursos naturales que forman parte del destino y que son susceptibles a su aprovechamiento por este motivo el gobierno implemento la Ley 217 Ley general del medio ambiente y recursos naturales uno de sus principales objetivos según el arto 2. Es establecer los medios, formas y oportunidades para una explotación racional de los recursos naturales dentro de una Planificación Nacional fundamentada en el desarrollo sostenible, con equidad y justicia social y tomando en cuenta la diversidad cultural del país y respetando los derechos reconocidos a nuestras regiones autónomas de la Costa Atlántica y Gobiernos Municipales.



Nicaragua cuenta con las leyes de incentivos más bondadosas de Centroamérica, una de las más importantes es la ley 306, Ley de incentivos para la industria Turística de la Republica de Nicaragua publicado en la gaceta Diario oficial el 21 de junio de 1999. la presente ley tiene como objeto otorgar incentivos y beneficios a las personas naturales y jurídicas nacionales y extranjeras que se dediquen a la actividad Turística. Los principales beneficiados con esta ley son las pequeñas y medianas empresas, puesto que prácticamente se establecen exoneraciones durante 10 años de impuesto de bienes inmueble (IBI) que se le pagan a la alcaldía municipal y los impuestos sobre la renta IR que pagan las empresas por sus utilidades generadas. es una ley extraordinaria en el área de Turismo ya que apoya al país en el tema social y económico.

El gobierno de reconciliación y unidad nacional a través de INTUR cada año celebra el día mundial de Turismo el 27 de septiembre, En el año 2017 se celebró con el congreso internacional de Turismo sostenible para el desarrollo, en el centro de convenciones olf palme en este evento se recalcó el desarrollo que ha tenido el turismo en estos últimos 10 años, esto bajo la gestión del actual gobierno que ha dado prioridad a la actividad Turística, logrando posicionar a Nicaragua como uno de los 10 destinos internacionales de más rápido crecimiento del mundo.

El gobierno impulso la campaña “Orgullo de mi país” para promover el Turismo en la nación, esta campaña busca resaltar las tradiciones culturales, religiosas y dar a conocer al visitante la experiencia única y vivencial que obtendrá al visitar el país, de igual manera ha tenido un enfoque internacional el cual ha sido el de comunicar el fortalecimiento que ha tenido en cuanto a la seguridad interna en el país, la campaña inicio en el año 2015 y se tendrá el tiempo que sea necesario para la difusión de los destinos que posee Nicaragua.

Nicaragua en el año 2003 en conjunto con los gobiernos de Guatemala, Honduras, Costa rica y salvador y firmaron un acuerdo de libre movilidad para los ciudadanos de estos países, teniendo como único requisito para entrar al país portar su tarjeta de identidad o pasaporte, sin embargo Nicaragua en el año 2017 ha desmarcado ese acuerdo al imponer una serie de requisitos para que el visitante pueda entrar al país



entre ellos esta llenar un formulario con los datos de los visitantes y hacerlo llegar a la secretaria de Gobernación con siete días de anticipación de su visita , la Dirección General de Migración y Extranjería la ha Titulado solicitud de ingreso ordenado y seguro de visitantes por motivos diferentes al Turismo. El sector Turismo ha tenido afectaciones a partir de la que la DGME ha impuesto estos requisitos, puesto que hay grupos de turistas que deciden viajar de un día para otro, El país del Salvador recomendó a sus visitantes que si no es necesario no viajen a Nicaragua.

4.3.2. Factores Económicos:

El Turismo en Nicaragua se ha convertido en el mayor rubro en dar aporte a la economía en el país, El aporte de la actividad Turística al producto interno bruto (PIB) en el año 2011 fue de 5%. Además, se estima que Nicaragua sobre paso los 400 millones de dólares en divisas en el año 2012 lo que significa un aumento del 12,5% en relación al año 2011. En el año 2015 El turismo generó US\$528.6 millones de dólares. Esto confirma que el sector turismo puede generar un mayor crecimiento en la economía de Nicaragua.

En el año 2013 la actividad turística genero 28,000 empleos, la mayor parte de la generación de empleos se debe a la ejecución de nuevos proyectos hoteleros en cambio en el año 2015 el turismo género 50,00 fuentes de empleos temporales, en el año 2016 aumento un 15% la contratación de personal en este sector. A inicios del año 2017 el INTUR aprobó 8 proyectos los cuales generaran, 71 empleos permanentes, la actividad Turística es la principal fuente de empleos en el país debido al crecimiento que ha tenido en los últimos años, se ha convertido en uno de los ejes transversales de la economía en Nicaragua.

En el año 2016 Las inversiones turísticas decrecieron se obtuvieron 75 millones de dólares, muy inferior a los 111 millones de dólares conseguidos en el 2015,



Los Inversionistas prefieren no hacer uso de los incentivos que otorga la ley 306, por la demora de los tramites en las instituciones públicas y lo complicado de solicitar el



permiso de inversión, esto afecta de manera negativa al sector turístico, puesto que existen personas interesadas en invertir en Nicaragua en el sector turismo, pero les parece dilatado el proceso de solicitud y por esa razón deciden no invertir en el país.

Nicaragua es el país de Centroamérica con menos descuento en la tarifa social de la energía eléctrica.

Nicaragua al ser uno de los países más pobres de América, la solidaridad obliga a brindar tarifa social accesible a los hogares más pobres aplicando un subsidio a las familias que consumen menos de 150 kilovatios, a quienes no le debería de variar la tarifa. En la zona urbana un 97.9% tiene acceso al alumbrado público, pero la situación de los hogares en las zonas rurales es diferente porque solo 5 de cada 10 cuentan con electricidad.

4.3.3. Factores sociales:

Nicaragua es un país situada en América Central, con una población de 6.149.928, su cuenta una superficie de 130.370 km².

Nicaragua es una nación multilingüe, las lenguas indígenas miskito, inglés creole, sumo o Mayagnas y garífuna) estas últimas usadas únicamente en la zona caribe del país.

La religión predominante del país es el catolicismo, al menos de manera nominal y cultural. Un segundo grupo religioso son los evangélicos o protestantes que abarca un 25% de la población.

La cultura de Nicaragua es producto de la mezcla de la cultura indígena (Chorotega y náhuatl), la española y africana, La historia de Nicaragua está ligada a indígenas



blancos europeos especialmente españoles, con los que se inició el proceso de colonización e independencia, sin embargo, aún se conservan tradiciones culturales y religiosas propias del país. El folklore nicaragüense es un patrimonio cultural intangible de nuestros pueblos, tienen su origen al unir elementos indígenas con españoles.

La desigualdad de ingresos económicos entre los hombres y las mujeres afecta a los hogares, la discriminación de la mujer en términos de ingresos hace que el nivel de pobreza sea mayor, si las mujeres disfrutaran de una equidad en términos de ingresos laborales el bienestar en los hogares sería mucho mejor. El ingreso de una mujer sin formación es menor que la de un hombre con el mismo nivel académico, la situación de la mujer empeora según su nivel de instrucción, la mujer nicaragüense representa la mitad de la población económicamente activa del País, esto indica que el sexo femenino juega un papel muy importante al mantener la economía del país.

El PIB per cápita demuestra que el nivel de vida en Nicaragua, en el año 2016, fue de 1.944€ euros. Sus habitantes tienen un bajísimo nivel de vida en relación a los 196 países del ranking de PIB per cápita

4.3.4. Factores Tecnológicos:

A inicios del año 2017 La Camara Nacional de Turismo (CANATUR) firmó un convenio de colaboración con la empresa COMTECH todo en tecnología, con novedades y tendencias tecnológicas, Este convenio con el objetivo de capacitar gratuitamente en tecnología a los empresarios del sector turismo así mismo Brindar facilidades de financiamiento de los productos dirigidos al sector para reducir las barreras que tienen los negocios, mejorar sus procesos de producción e implementar nuevas herramientas dentro de las empresas, el desarrollo Tecnológico es fundamental para que las empresas puedan desarrollarse y competir.



Nicaragua se fusiona con la tecnología como estrategia principal para que los turistas visiten Nicaragua usando una aplicación llamada: "Nicaragua" en Android y iOS, así como de plataformas web: visitnicaragua.com y como estrategia para la atracción de turistas.

A través del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) crean un departamento de tecnología con el objetivo de hacer posibles los aplicativos y páginas web para ofrecer al turista la facilidad para obtener información que necesite.

La Cámara Nacional de Turismo y la Cámara Nicaragüense de Internet y Telecomunicaciones (Canitel) lanzaron una aplicación para promover 20 destinos turísticos en Nicaragua, en los cuales hay unos 700 comercios afiliados. La App tiene por nombre "Ruta Feliz". Muestra mapas de las zonas turísticas, información detallada de cada local, sitios recomendados, datos de guías turísticos certificados y rutas para llegar al destino que seleccione el turista, las autoridades han tomado una buena decisión al hacer uso de la tecnología por medio de App, en estos Tiempos el turista hace mayor uso de la tecnología al buscar el destino perfecto para visitar.



4.4. Análisis del entorno en el departamento de León

4.4.1. Factores políticos:

- El turismo se ha convertido en una alternativa de empleo, progreso y desarrollo para las familias en los departamentos de León y Chinandega, zonas donde han impactado los programas productivos del Gobierno Sandinista.
- En el año 2016 el gobierno otorgó en el departamento de León por medio de INTUR 47 bonos turísticos, entre estos son paneles solares de 100 y 250 watts, esto para promover el uso de energía renovable y así disminuir el uso de energía comercial, entre el año 2015 y 2016 se entregaron un total de 154 bonos.
- De igual manera el Instituto Nicaragüense de Turismo en conjunto con la alcaldía municipal de León ha venido realizando ferias turísticas En el transcurso del año 2017 en el departamento de León esto con el objetivo de compartir tradiciones, cultura, artesanía, y gastronomía y así motivando al turista para visitar el departamento.
- El gobierno invirtió en la construcción de un parque temático en honor al gran poeta Rubén Darío, con un costo de 4 millones de córdobas, en la primera etapa se aprecia un gigantesco pórtico y una placa donde figura el poeta Rubén Darío, tres fuentes de agua, parqueo, jardines, luces, dos leones, sistema de riego y andenes. Convirtiéndose en otro atractivo más del departamento, perfecto para el turista amante de la cultura.

4.4.2. Factores económicos

- La economía del departamento de León es diversificada, pero se concentra en la producción agropecuaria, ganadera y turismo, Desde el 2006, con la declaración de Patrimonio Cultural de la Humanidad de la Basílica Catedral, el turismo se ha incrementado, convirtiéndose en uno de los ejes transversales de economía local.



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



- La variedad de oferta de los destinos está contribuyendo a la generación de empleos.
- León es la tercera ciudad más importante del país y la segunda que más consume energía y agua potable. León aporta el 4.1% de la recaudación tributaria y consume el 8.3% de los hidrocarburos.
- Hay diversos proyectos turísticos en el departamento de León, uno de ellos es el Mirador Peña del Tigre en el balneario las peñitas esto contempla una construcción de un muro de retención de 61.35 metros, este incluye un mirador, un malecón y andenes, y así mismo se están construyendo espacios públicos atractivos para la mejora de la infraestructura Turística. La inversión de la primera etapa de este proyecto es de 8.7 millones de córdobas y 7.5 millones en la segunda etapa en la que se construirá la plazoleta y una rotonda, Dicho proyecto beneficiará a los habitantes de este departamento puesto generará empleos temporales y fijos.
- El proyecto de la remodelación de la oficina de turismo en León finalizó a inicios del año 2017, dicho proyecto llevaba por nombre “Fortalecimiento de la Oficina de Turismo de León. Nicaragua” este fue financiado por el Ayuntamiento de Zaragoza, gracias al cual ahora se cuenta con un local de dos plantas. Con estas mejoras en la atención ofrecida por la Oficina de Turismo, y con el aumento de afluencia de turistas en León, se logrará fortalecer el desarrollo económico de la ciudad, teniendo un impacto económico positivo sobre la población y las empresas turísticas.
- En el año 2014 el gobierno en coordinación con el Instituto Nacional de Turismo (INTUR), la alcaldía local y empresarios del sector organizaron paquetes turísticos como parte de la campaña “Nicaragua mía” esto con el fin de promocionar los destinos y costumbres de la ciudad de León.



4.4.3. Factores sociales:

- El departamento de León es tierra de volcanes, playas, clima caliente e interesantes centros urbanos. Aquí están las ruinas de una de las primeras ciudades coloniales españolas en el continente, conservadas gracias a la arena volcánica que la sepultó tras una erupción. Está también la elegante ciudad de León, que guarda su centro Histórico con atractivos y antiguos edificios coloniales. Luego hay una multitud de atractivos naturales y remotas zonas rurales poco conocidas.
- León se estableció cuando la ciudad de León viejo, fue destruido por un terremoto en el 1609 este mismo fue la capital de Nicaragua por más de 200 años hasta que en el 1851 paso a ser Managua.
- León ha sido considerada la cuna de la Cultura en Nicaragua, pues sus días de trayectoria han transcurrido entre ilustres personalidades que han sorprendido al mundo entero, tales como Rubén Darío, considerado el fundador del Modernismo, Alfonso Cortés y Azarías H Pallais, considerados como los máximos exponentes del Vanguardismo.
- La Cultura religiosa de la ciudad de León por su tradición católica consta de varias iglesias, todas de gran belleza arquitectónica y de gran valor cultural.
- El turismo proporciona empleos directos e indirectos a los ciudadanos locales en hoteles, restaurantes, transporte y comercios e ingresos de impuestos al gobierno, así mismo el turismo incentiva las exportaciones de productos autóctonos.





4.4.4. Factores tecnológicos:

- En el departamento de León se encuentra ubicada ENICALSA empresa que se dedica a prestar servicios de energía renovable, con equipos solares, con equipos solares, bombas solares para riego y suministro de agua potable, Esto beneficia a la población en general y al sector turístico implementando practicas sostenible.
- En el departamento de León se realizó el quinto congreso internacional de negocios y tecnologías para el turismo León 2017 , se destacaron la participación de empresas tecnológicas de diferentes países , se expuso que se realizaran seminarios y talleres con el tema relacionado a la tecnología y negocios digitales beneficiado al área turística por medio del marketing digital, conectividad, ciudades inteligentes, turismo médico, seguridad informática, planes estratégicos, incursión a los mercados internacionales y casos de éxito, entre otros.
- En la ciudad de León cuenta con dos compañías de telefonía Claro y Movistar ambas líneas cuentan con acceso a internet, esto beneficia al sector turístico en la comunicación de los turistas y sus familiares o turista con las empresas turísticas ya que ahora nos encontramos con una dinámica de reserva en línea y vía telefónica.



4.5. Análisis de la demanda actual en la ciudad de León

La ciudad de León unos de los destinos preferidos del turista al visitar Nicaragua por poseer variedad de oferta turística, su demanda aumenta cada vez más, con esta investigación se logró conocer la demanda turística actual que predomina en los distintos destinos de índole cultural y sol y playa, A continuación se muestran los resultados.

4.5.1. RESULTADOS, TURISTAS

Los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes muestran que de los 44 turistas entrevistados en los distintos destino de León, el 61.4% tenían edades entre los 25 años y 44 años, el 36.45% en edades de 13 a 24 años.

La edad mínima de los turistas entrevistados fue de 13 años y la edad máxima de 61 años.

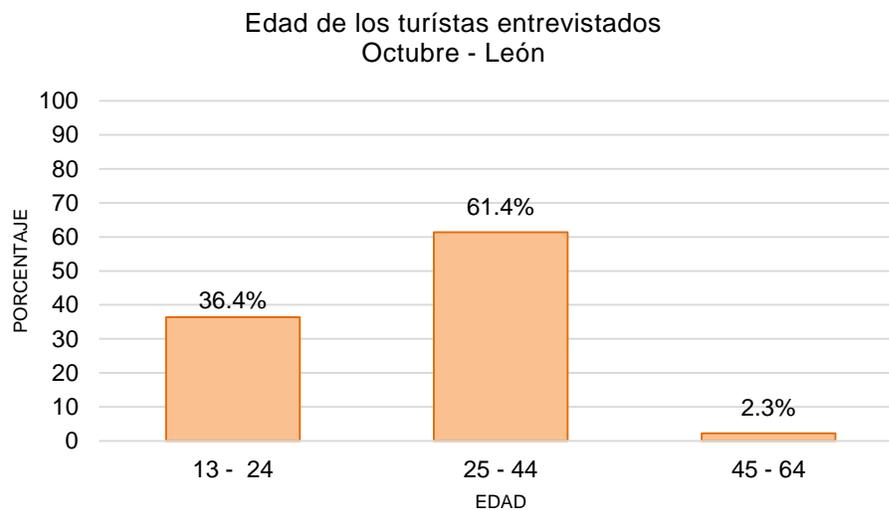


Ilustración 9 Edad de los Turistas que visitan los destinos seleccionados en la ciudad de León



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

El 75% de los turistas entrevistados en los destinos visitados eran soltero(a) y el 25% casado (a). Siendo el estado civil soltero el que predomina.

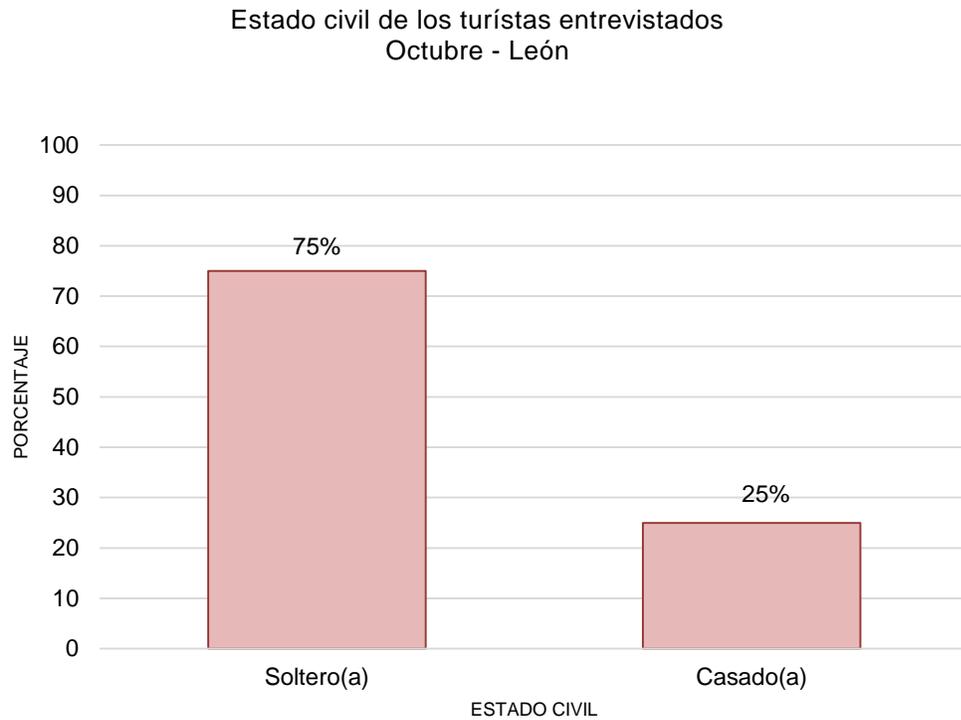


Ilustración 10 Estado civil de los turistas (elaboración propia)



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



Como resultado de las encuestas aplicadas a las Turistas se conoció que de los 44 turistas entrevistados el 59% son del sexo femenino y el 41% son del sexo masculino.

Sexo de los turistas,
León - Octubre 2017

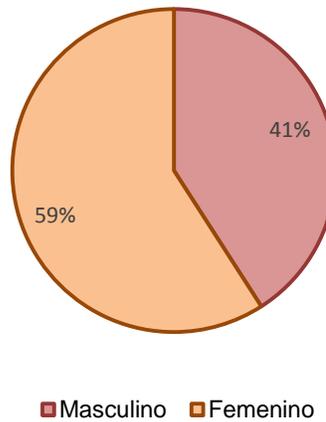


Ilustración 11 sexo de los turistas



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



De los 44 turistas encuestados en los destinos seleccionados se obtuvo un resultado que 14 turistas eran de nacionalidad Nicaragüense de estos 7 masculino y 7 femenino, seguida de 6 turistas estadounidenses 4 masculinos y 2 femenino, 4 Canadienses de estos 1 masculino y 3 femenino, 4 Alemanes/Alemanas 2 masculino y 2 femenino.

De los 44 turistas, 3 eran Belga, 3 Español/Española, 3 Holandés/Holandesa, 2 Francés/Francesa, 1 australiana, 1 Noruega, 1 Suiza.

Cuadro 1. Nacionalidad de los turistas según sexo León - Octubre 2017			
Nacionalidad	Sexo del entrevistado		Total
	Masculino	Femenino	
Aleman/Alemana	2	2	4
Australiano/Australiana	0	1	1
Belga	2	1	3
Canadiense	1	3	4
Checa	0	1	1
Cubano	0	1	1
Español/Española	1	2	3
Estadounidense	2	4	6
Francés/Francesa	2	0	2
Holandés/Holandesa	1	2	3
Nicaragüense	7	7	14
Noruega	0	1	1
Suiza	0	1	1
Total	18	26	44

Ilustración 12 Nacionalidad de los Turistas



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

De los 44 turistas, 15 de estos reside en Nicaragua, 5 en los Estados Unidos, 4 en Canadá, 4 en Alemania, 3 en Bélgica, 3 en Holanda, 3 en España, 2 en Holanda, 1 en Austria, 1 en Australia, 1 en Cuba, 1 Noruega, 1 Suiza.

**Cuadro 2. País de Residencia de los turistas según sexo
León - Octubre 2017**

	Sexo del entrevistado		Total
	Masculino	Femenino	
Alemania	2	2	4
Australia	0	1	1
Austria	0	1	1
Bélgica	2	1	3
Canada	1	3	4
Cuba	0	1	1
España	1	2	3
Estados Unidos	2	3	5
Francia	2	0	2
Holanda	1	2	3
Nicaragua	7	8	15
Noruega	0	1	1
Suiza	0	1	1
Total	18	26	44

Ilustración 13 País de Residencia

De los 44 turistas encuestados, se obtuvo el resultado que el 68% son de nacionalidad extranjera y el 32% nacionales.



Ilustración 14 Nacionalidad



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

De los 44 turistas, el 70 por ciento indico tener una situación actual laboral de activo y un 30 por ciento de las personas son inactivos.



Ilustración 15 Situación actual laboral

De los 31 turistas activos, 28 personas mencionaron estar ocupadas y 3 con edad de trabajar pero en el momento de la entrevista no tenían trabajo.

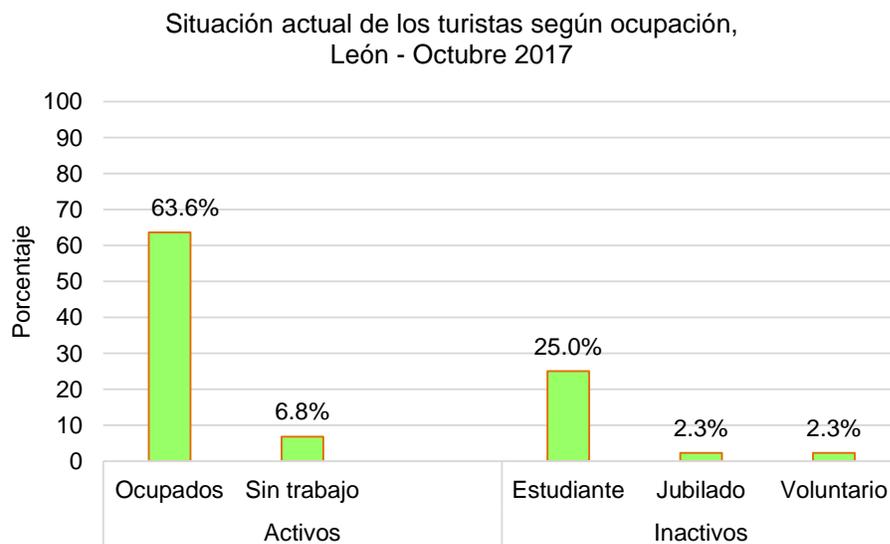


Ilustración 16 situación laboral (ocupados, sin trabajo)



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



De los 13 turistas inactivos (sin trabajo) 11 personas son estudiantes, 1 Jubilado y 1 Voluntario.

Situación actual de los turistas inactivos,
León - Octubre 2017

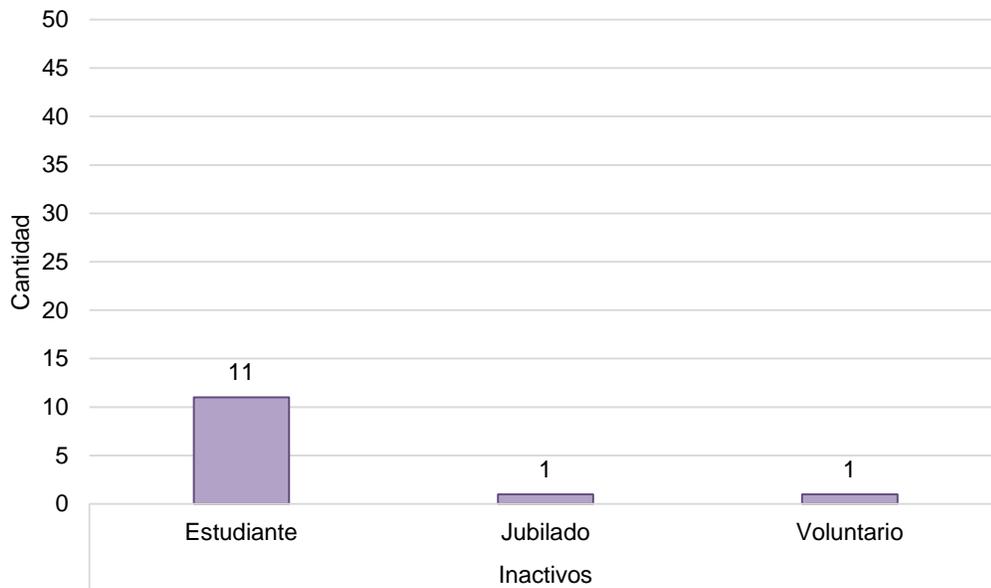


Ilustración 17 activos e inactivos



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

De los 44 turistas, 28 personas indicaron visitar León por motivo de ocio y vacaciones, 6 personas por cultura, 5 personas por visitar algún familiar o amigos, 2 personas indicaron por negocio o trabajo, 2 personas por religión y 1 persona menciona por otro motivo relacionado a un voluntariado.

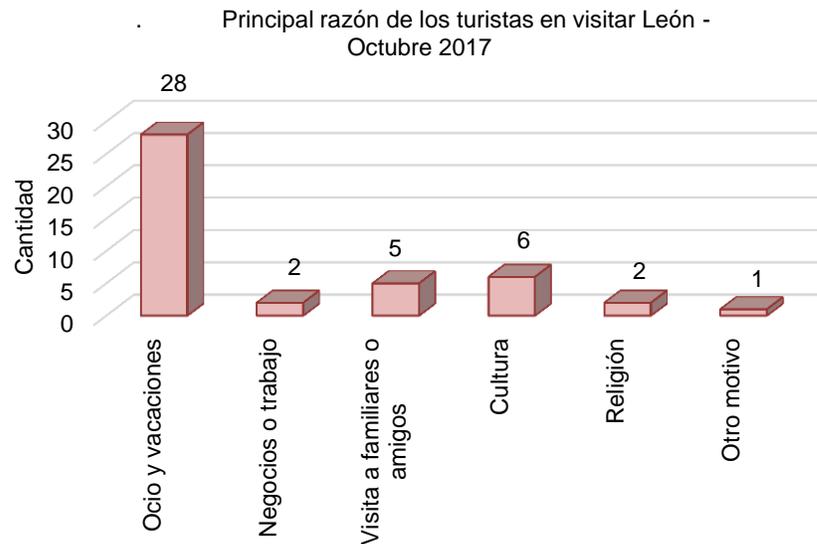


Ilustración 18 Principales razón del turista al visitar León

El 64 por ciento de los turistas mencionaron haber organizado el viaje hacia León sin reservas previas, 32% realizaron reservas directas y 5% reserva por agencia.

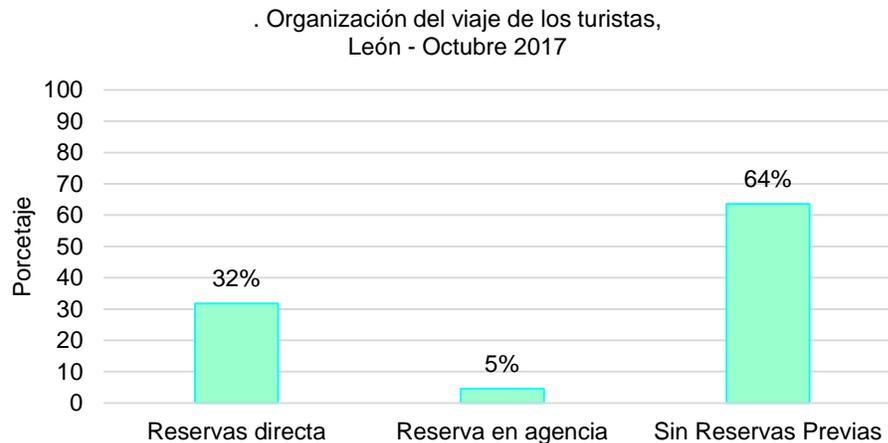


Ilustración 19 Organización del viaje (elaboración propia)



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

De los 13 turistas que organizaron su viaje por medio de reservas directas, 9 personas para ser uso de alojamiento, 5 personas para el alojamiento y transporte.

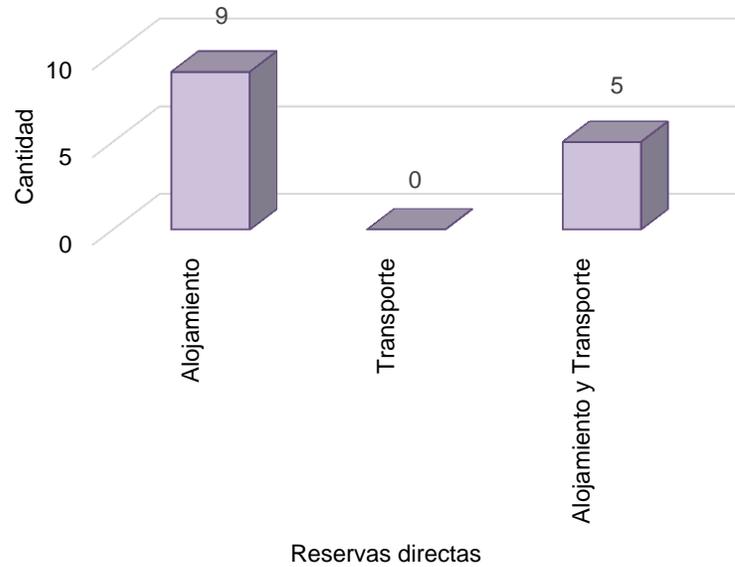


Ilustración 20 Cantidad de turista que reservaron de manera directa(elaboración propia)

De los 2 turistas que organizaron el viaje con reservas a través de agencia, 1 persona menciona haberlo realizado por paquete turístico y 1 persona sólo transporte. En cambio, 27 turistas no realizaron reservas previas.

. Turistas que organizaron el viaje con Reservas a través de agencia, León - Octubre 2017

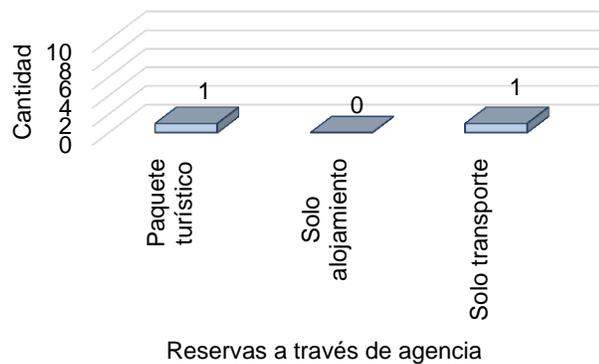


Ilustración 21 Reserva a través de agencias de viajes



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

De los 44 turistas el 48 por ciento viajo en pareja, 34 por ciento sólo, 11 por ciento con la familia y 7 por ciento en grupo.

Acompañantes de viaje del turistas,
León - Octubre 2017

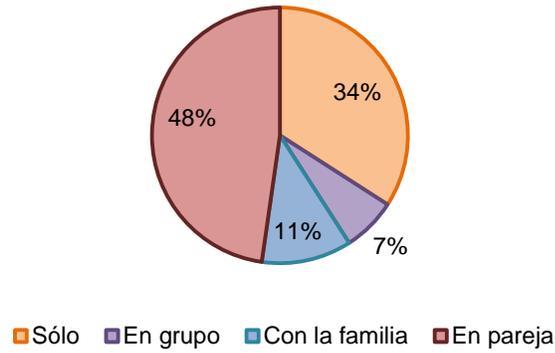


Ilustración 22 Cantidad de acompañantes en su viaje

El 36 por ciento de los turistas tuvieron una estancia de 3 días y 2 noches, 34 por ciento en menos de 24 horas, 18 por ciento una estancia de 2 días y 1 noche y el 11 por ciento de más de 3 días.

Duración de la estancia del turista
León - Octubre 2017

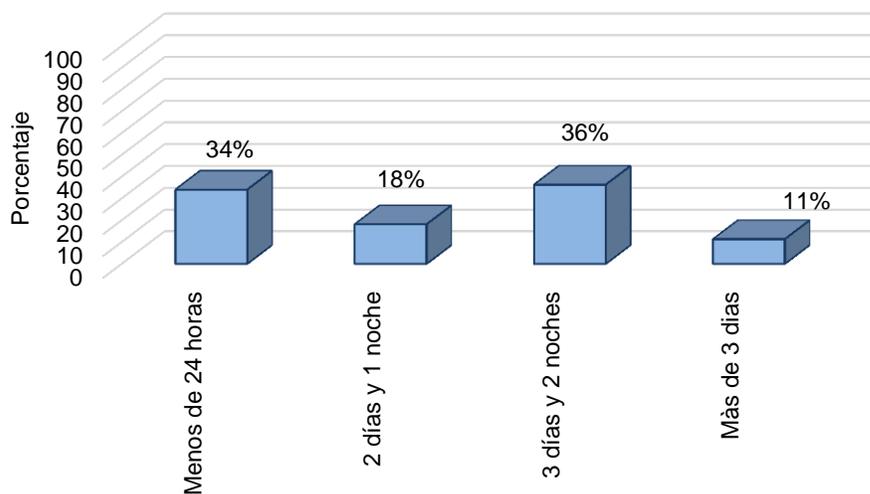


Ilustración 23 Estancia de turista en León



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

De los 44 turistas entrevistados, el 68 por ciento utilizó transporte público para trasladarse hacia León, el 32 por ciento utilizó transporte privado.

Medio de transporte utilizado por el turista para llegar a León - Octubre 2017

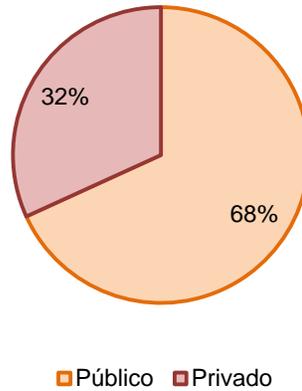


Ilustración 24 Transporte utilizado por el turista

De los 30 turistas que utilizaron algún medio de transporte público, 18 personas utilizaron autobús y 12 personas microbús.

Tipo de transporte público utilizado por el turista León - Octubre 2017

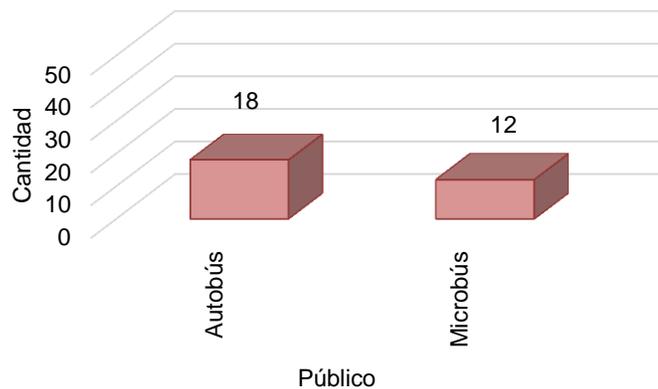


Ilustración 25 Autobús y Microbús



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

De los 14 turistas, que utilizaron transporte privado para trasladarse hacia León, 13 personas usaron vehículo propio y 1 persona utilizó vehículo rentado.

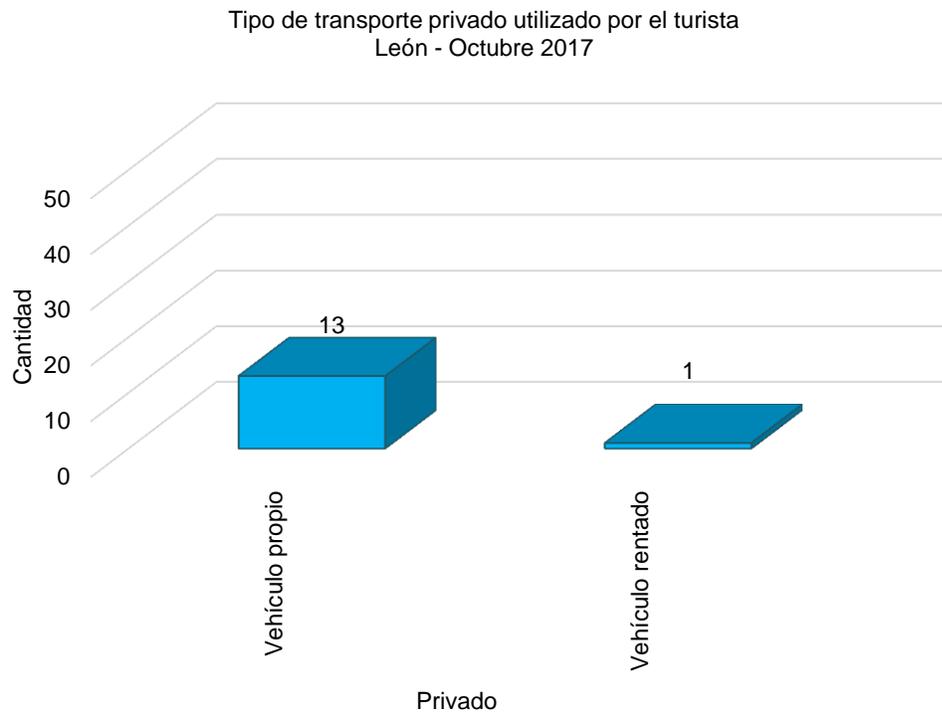


Ilustración 26 vehículo propio y vehículo rentado



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

De los 44 turistas, el 86 por ciento menciona haber visitado la catedral, 59 por ciento las playas las peñitas o la playa de poneloya, el 25% visito los museos, 16% las ruinas de león viejo y un 14% al centro de cultura.

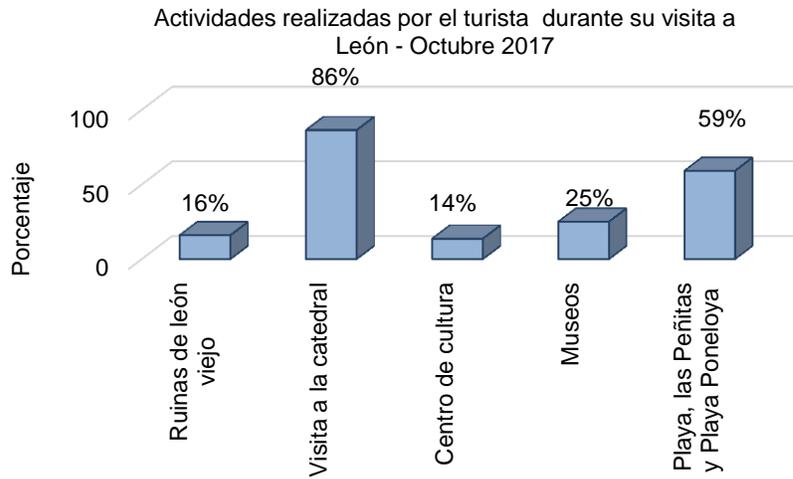


Ilustración 27 Actividades realizadas por el turista

De los 26 turistas que visitaron las playas, el 39 por ciento realizaron caminata, 36 por ciento degustaron de la comida local, 23 por ciento practicaron surf, 14 por ciento paseo en lancha, 7 por ciento práctico pesca.

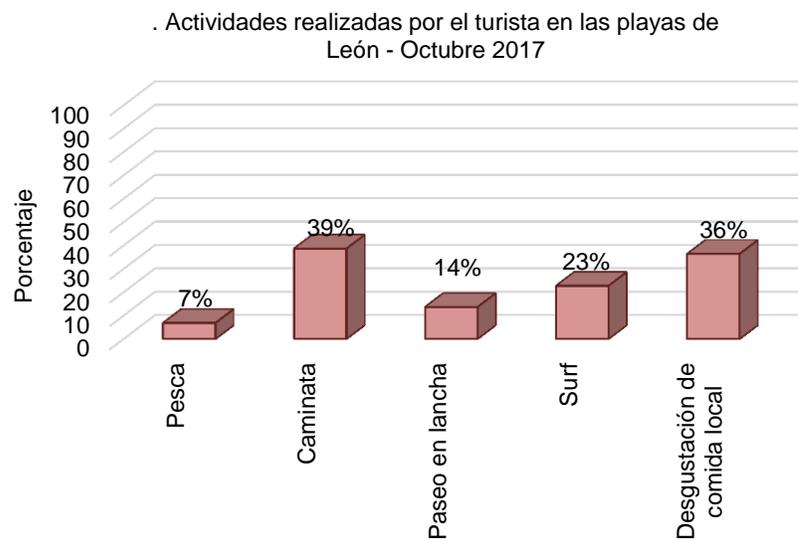


Ilustración 28 Actividades realizadas en la playa



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

De los 42 turistas que dieron información acerca de las actividades que ha gastado más en su visita a León;

- 36 turistas mencionaron el mayor gasto en alimentos y bebidas.
- 34 turistas indicaron en ocio, cultura y entradas.
- 33 turistas gastaron más en transporte.
- 32 turistas mencionaron el gasto en alojamiento.
- 28 turistas mayor gasto en el paquete turístico (a destinos dentro de León).
- 27 turistas indicaron en compras realizadas en León.
- 23 turistas mencionaron en otros gastos.
-



Ilustración 29 Gasto del turista

De los 44 turistas, el 59 por ciento visitaba León por primera vez, 32 por ciento era su segunda visita y el 9 por ciento indicó visitarlo por tercera o más veces

Cantidad de visitas del turista
León - Octubre 2017

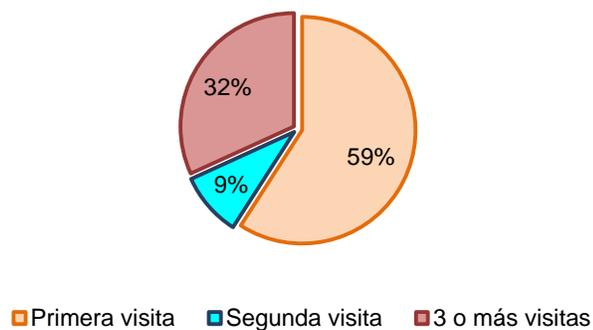
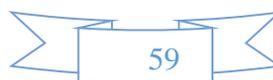


Ilustración 30 Cantidad de visitas





Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

De los 44 turistas el 38.6 por ciento era acompañado por una persona, el 31.8 por ciento no tenía acompañante, 13.6 por ciento acompañado por dos personas, 6.8 por ciento por 3 personas, 4.5 por ciento por 4 personas, 2.3 por 6 personas y con un mismo porcentaje aquellos que mencionaron ser acompañados por 17 personas.

Cuadro 3. Número de acompañante en el viaje del turista, León - Octubre 2017		
Número de acompañante	Cantidad	Valid Percent
0	14	31.8
1	17	38.6
2	6	13.6
3	3	6.8
4	2	4.5
6	1	2.3
17	1	2.3
Total	44	100.0
Promedio	1.6	
Desviación estándar	2.7	

Ilustración 31 Numero de acompañantes

La cantidad promedio de acompañantes del turista fue aproximadamente de 2 personas con una desviación estándar con respecto a este promedio de aproximadamente 3 personas. De los 44 turistas, el 45% tienen licenciatura, 23% maestrías, 14 por ciento bachiller, 9% postgrado, 5% técnico y el 4% estudios de primaria.

. Nivel educativo mayor alcanzado del turista
León - Octubre 2017

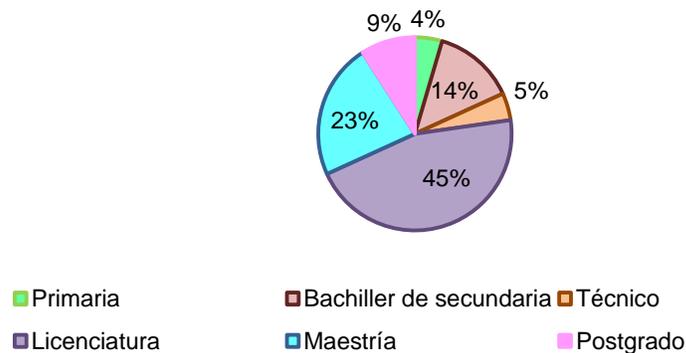


Ilustración 32 Nivel educativo



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

El 56.8% de los turistas tienen ingreso mensual menos de 1,000 dólares, 21.6 por ciento entre 1,001 y 2,000 dólares, 13.5 por ciento entre 2,001 y 3,000 dólares, 5.4% entre 3,001 y 4,000 dólares y apenas un 2.7% ingreso mayor a los 4,000 dólares.

Cuadro 4. Ingreso mensual en dólares de los turistas, León - Octubre 2017

Ingreso mensual (\$)	Cantidad	Porcentaje
Menor o igual \$1,000	21	56.8
\$1,001 - \$ 2,000	8	21.6
\$ 2,001 - \$ 3,000	5	13.5
\$ 3,001 - \$ 4,000	2	5.4
\$ 4,001 - \$ 5,000	1	2.7
Total	37	100.0
Promedio	1,331.55	
Desviación estándar	1,227.64	

Ilustración 33 Ingreso mensual de los turistas

El ingreso promedio mensual de los turistas entrevistados fue de 1, 331.55 dólares con una desviación estándar entre el ingreso promedio de 1, 227.64 dólares.



4.5.2. ESTABLECIMIENTOS, RESULTADOS

Se visitaron 4 distintos establecimientos para conocer algunos aspectos relevantes de los turistas al visitar estos lugares.

Cuadro 1. Algunos aspectos relevantes de los establecimientos que brindan servicios a los turistas que visitan León - Octubre 2017

Nombre del Establecimiento	Lugar	¿Conoce usted la procedencia de sus clientes?	¿Cuál es la nacionalidad que más predomina?	¿Cuál es la opción más utilizada de sus clientes al reservar? (Reserva directa)	Estancia promedio de los turistas en su establecimiento	¿Cuánto fue el pago de sus visitantes al hacer uso de sus servicios?	¿Cuenta con un libro de registro?
El Sesteo	Restaurante	No siempre	sin información	Grupos grandes de 15 personas	sin información	10,000 córdobas	sin información
El Nica Libre	Hotel y Restaurante (Poneloya)	Más Nacionales que extranjeros	Nicaraguenses / Franceses	Reserva directa	2 días	2,000 córdobas	Si cuenta con el libro de registro
Jugoso	Restaurante	Canadienses, EEUU, Españoles y Alemanes	Españoles	sin información	sin información	180 córdobas	sin información
Hostal El Pipo	Hostal	Más extranjeros (80 %) que Nacionales (20%)	Europeos	Reservación directa	3 días a una semana	100 a 200 dólares	No cuenta con libro de registro

- De estos 2 fueron restaurante, 1 hotel y 1 hostal.
- 2 establecimientos (1 restaurante, 1 hostal), mencionaron que lo visitaban más extranjeros que nacionales, procedentes de Canadá, EEUU, España y Alemania.
- Las nacionalidades de los extranjeros que visitan los distintos establecimientos son variados, nicaraguense, franceses, españoles y europeos. 1 restaurante no brindó información acerca de la nacionalidad de los turistas que visitaban el local.
- La opción más utilizada por los clientes en los establecimientos es la reserva directa (2 establecimientos).
- De los 2 establecimientos que brindaron información de la estadía de los turistas en el local fue variable, 2 días o de 2 días a más. Esto estaba en dependencia de la característica del local si era restaurante o hostal. De los 4 establecimientos 2 de estos no brindaron información al respecto.
- El pago promedio realizado por los turistas en estos 4 establecimientos fue de 4,571 córdobas
- De los dos establecimientos que brindaron información acerca de la disponibilidad de libro de registro de turistas, el hotel Nica Libre dispone de dicho libro no así, el hostal el Pipo.



V. CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación y tomado en cuenta el análisis realizado se llega a las siguientes conclusiones:

- ✚ La situación del mercado turístico internacional ha tenido un aumento significativo del 7% al recibir visitas de turistas, y a nivel mundial el turismo se ha posicionado en el tercer lugar como unas de las principales actividades económicas, que genera divisas se prevé que durante el periodo 2010-2030 aumentará un 3,3% las visitas de los turistas.
- ✚ Según la OMT en el año 2016 determino que para el 2030 el 57% de las llegadas internacionales serán destinos de economía emergente y el 43% de economía avanzada.
- ✚ Al realizar el análisis de la situación del mercado turístico nacional se identificó que Nicaragua ha tenido un aumento en cuanto a la diversificación de la demanda principalmente en el servicio de alojamiento, de igual manera el departamento de León ha venido evolucionando constantemente en cambio a años anteriores en el año 2016 aumento un 10.9% en establecimientos de alojamientos. Así mismo se identificó que la demanda que predomina a nivel nacional son los turistas de nacionalidad extranjera entre las edades de 26 a 40 años con un alto nivel de estudio.
- ✚ Se realizó un Análisis PEST, o análisis del entorno este se realiza para identificar cuatro factores claves que inciden en el actividad Turística estos son factores político, económico, sociocultural, y tecnológico en la investigación este análisis se realizó a nivel nacional y a nivel del destino, como resultados se muestra que el gobierno en los últimos años ha invertido en programas, proyectos en el sector turismo con el fin de desarrollar esta actividad en el municipio. Y así convertirla en la principal actividad económica del país.



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



- ✚ En respuesta al objetivo general Análisis de la demanda turística actual en los destinos de índole cultural y sol y playa en el mes de octubre del año 2017 se obtuvo como resultado que la demanda que predomina en el municipio según características demográficas son los turistas de nacionalidad extranjera en su mayoría europeos, entre las edades de 25 a 40 años, de estado civil soltero, y una situación laboral activa (trabajando) según datos recolectados su principal motivo de visita es ocio y vacaciones y la estadía varía entre 2 a 3 noches, la mayoría de turistas viajan en pareja.



VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar una propuesta de segmentación de mercado en el departamento de León, dirigir sus productos al tipo de demanda actual que predomina en el departamento.
- Mejorar la capacitación del personal en los establecimientos, en temas de idiomas y atención al cliente.
- Ubicar señalizaciones que indique el camino hacia el destino,
- Se recomienda al establecimiento hacer uso de un libro de registro para tener un mejor control de sus clientes.



VII. BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA

Fundamentos del Marketing Turístico (Miguel Ángel Acerenza)

<https://trello.com/c/2t1mg6iM/226-es-entender-el-turismo-glosariob%C3%A1sico-organizaci%C3%B3n-mundial-del-turismo-omt>

<https://www.laprensa.com.ni/2015/06/07/suplemento/laprensadomingo/1845769-leon-playas-sol-y-pasion>

<http://www.lavozdelsandinismo.com/nicaragua/2017-06-20/promuevendesarrollo-turistico-de-leon/>

<http://www.lavozdelsandinismo.com/nicaragua/2011-09-21/turismo-es-herramienta-economica-para-el-desarrollo-de-leon-y-chinandega/>

<http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/retrieve/4687>

<http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/385829-turismo-brazo-fuerte-economia-leonesa>

<http://www.aecid.org.ni/mejoras-en-el-sitio-historico-ruinas-de-leon-viejo/>

<http://www.laprensa.com.ni/2017/04/02/suplemento/la-prensa-domingo/2208511-leon-viejo-hallazgo-una-ciudad>

<http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/385827-leon-economia-diversa/>

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>



VIII. ANEXOS



Glosario

La teoría constituye la base donde se sustenta cualquier investigación, el desarrollo teórico permite la interpretación de conceptos que están relacionados con el tema en cuestión, también ayuda a esclarecer dudas e inquietudes que el investigador pueda tener retomando así estudios de grandes especialistas.

Turismo:

Según la organización mundial de turismo (OMT, 1994) el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros.

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 necesidades.

Mercado

“es la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos por medio de un proceso de intercambio”. (K, Philip, 2009, Marketing Directo tercera edición, p.90).

Segmento de mercado:

Definir los distintos grupos de clientes que tenemos, las diferentes demandas a las que podemos atender”. (K, Philip, 2009, Marketing Directo tercera edición, p.102).

Gasto Turístico: Según la Organización mundial del Turismo el gasto turístico hace referencia a la suma pagada por 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.

Industrias Turísticas:

Las industrias Turísticas (también conocida como actividades Turísticas) son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo.



Los productos característicos del turismo son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:

- El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde a gasto/demanda).
- El gasto turístico en el producto debería de representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes. Esta definición según la Organización Mundial del Turismo

A continuación, se presenta algunas definiciones como Turista, visitante del día, visitantes internos estas según la organización Mundial del Turismo (OMT) 1995

Turista:

Visitante que permanece una noche (pernocta) por lo mismo en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o región visitada

Visitante del día:

Es aquel visitante que no pernocta en el país visitado

Visitantes internos:

Cualquier persona que viaja por espacio inferior a un año a algún lugar dentro del país, pero fuera de su entorno habitual y cuyo motivo principal del viaje no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado. Los visitantes se subdividen a su vez en dos grandes categorías: Turistas y excursionista.

Satisfacción de Turista:

“El primer principio que debe considerar la política de Marketing es la satisfacción del Turista. Solo mediante la satisfacción del Turista un destino podrá obtener los beneficios que indudablemente otorga el Turismo a la comunidad receptora” (Acerenza, Miguel ángel abril (2004) Fundamentos de Marketing Turístico, P.37).



Las siguientes definiciones fueron extraídas del Diccionario de Turismo Montejano, M. Jordi, Corgos, A. Jordi, y Simón, A. Ramón(1998) Diccionario de Turismo 415(1), 380-381

Actividad Turística:

Es un conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el Turismo siempre que conlleven la prestación de servicios a Turista, ya sean realizadas en el lugar de origen del turista o en el de acogida

Afluencia Turística:

Llegada masiva de Turistas a un determinado núcleo receptor coincide normalmente con los periodos de temporadas altas manifestándose como un flujo constante de llegada y salida

Turismo Cultural:

Es una actividad Turísticas que consiste en realizar viajes, visitas y estancias a lugares geográficos para conocer los hechos históricos, artísticos, culturales y Antropológicos

Turismo sol y playa

Esta actividad Turística consiste en el descanso acompañado de un buen clima en zonas Turísticas Marítimas, donde los elementos esenciales son el sol la playa y los baños este tipo de actividad ha sido tradicional y muy importante al nivel mundial desde el desarrollo del turismo.

Turismo Religioso:

El Turismo religioso se ha convertido en uno de los más practicados en algunos países y departamentos por poseer sitios que representan la cultura, religión de sus habitantes y así mismo esto ha motivado a crear infraestructuras para fines religiosos y así poder atender las necesidades materiales y espirituales en cuanto al alojamiento, tiendas, lugares alejados en los cuales puedan realizar cultos, retiros entre otros (Montejano, M. Jordi, Corgos, A. Jordi, y Simón, A. Ramón(1998) Diccionario de Turismo 415(1), 380-381 nos define Turismo Religioso como:“ Actividad



Turística que consiste en realizar viajes (peregrinaciones) o estancias en lugares religiosos (retiros espirituales, actividades culturales, litúrgicas religiosas)”

Entorno Habitual:

El Ministerio de Turismo (MINTUR) nos define en su glosario de términos que entorno habitual: “Corresponden a los límites geográficos dentro de los cuales se desplazan, en su vida cotidiana, excepto por ocio o recreo”

Mercado turístico:

Monge Ramírez Sandra, Tenorio López Sandra (2009) es el lugar donde confluyen por un lado la oferta de productos y servicios turísticos y por otro lado la demanda y servicio turístico. El mercado se encuentra conformado por:

- Oferta turística
- Demanda turística
- Operadores turísticos



VARIABLES

En el siguiente cuadro se presenta la variable Demanda y las sub variables utilizadas en el campo e estudio para medir la demanda turística en el departamento de león en los destinos de índole cultural y sol y playa-las peñitas, poneloya, ruinas de león viejo cathedral de león.

Variable: Demanda			
Subvariable	Opciones	Técnica de medición	Dirigida
Edad	<ul style="list-style-type: none"> • 15-24 años • 25-44 años • 45-64 años • 65 a mas 	Encuesta	Turista
Estado civil	<ul style="list-style-type: none"> • soltero • casado • Divorciado • Unión libre 	Encuesta	Turista
Nacionalidad	<ul style="list-style-type: none"> • Extranjero • Nacional 	Encuesta	Turista, INTUR
Sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Femenino • Masculino 	Encuesta	Turista
Ocupación profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Activo • Inactivo • Estudiantes • jubilados 	Encuesta	Turista
Motivo de la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Ocio Recreo y vacaciones • Visitas a parientes y amigos 	Encuesta	Turista



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



	<ul style="list-style-type: none"> • Negocios y motivos profesionales • Tratamiento de salud y voluntarios • Religión y peregrinaciones • Otros motivos 		
Forma de viaje	<ul style="list-style-type: none"> • Reservas directas • Reservas a través de agencia • Sin Reserva de ningún tipo 	Encuesta	Turista
Tipo de destino	<ul style="list-style-type: none"> • Cultural • Sol y playa 	Encuesta	Turista
Periodo de la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Semana santa • Navidad • Año nuevo 	Encuesta, Entrevista	Turista, prestador de servicio
Motivo de la Visita del día	<ul style="list-style-type: none"> • desplazamiento a otra residencia • negocio • visita a parientes 	Encuesta	Turista
Medio de transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Acuático • Terrestre • Aérea 	Encuesta	Turista
Tipo de destino	<ul style="list-style-type: none"> • Áreas urbanas • Playas y costas 	Encuesta	Turista



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



Actividades realizadas durante la visita	<ul style="list-style-type: none">• Actividades culturales y recreativas• Actividades profesionales• Actividades personales	Encuesta, entrevista	Turista
Gasto Turístico	<ul style="list-style-type: none">• Viajes combinados (paquetes Turísticos)• Alojamientos• Comida y bebida• Transporte• Ocio, cultura• Compras	Encuesta	Turista, INTUR
Acompañantes	<ul style="list-style-type: none">• solo• amigos• familia	Encuesta	Turista
Visitas	<ul style="list-style-type: none">• primera visita• ya había visitado antes	Encuesta	Turista



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA UNAN- MANAGUA

Esta encuesta servirá como instrumento de recolección de información para la elaboración de una investigación en el tema Demanda Turística en la ciudad de León esta encuesta es dirigida a turistas nacionales y extranjeros que se encuentren en el destino, con el objetivo de conocer datos relevantes de los visitantes según sus características demográficas, distintas motivaciones y formas de viaje.

Tu opinión es valiosa

I. INFORMACIÓN GENERAL DEL VISITANTE

(1) Edad: _____

Salud _____

(2) Estado civil (X)

Cultura _____

a) Soltero (a)

Religión _____

b) Casado (a)

Capacitación _____

Otro motivo (especifique) _____

(3) Nacionalidad

(8) Organización del viaje

Solo alojamiento

(4) País de residencia

Reservas directas

Solo transporte

Alojamiento y transporte

(5) Sexo: F ()
M ()

(6) Situación actual

Reserva a través de agencia

Paquetes turísticos

Solo alojamientos

Solo transporte

Otros

Ocupados

Activos

Sin trabajo

Estudiantes

Inactivos

Jubilados

Voluntarios

Incapacitados

Sin reserva previas

(7) ¿Cuál es su principal razón para visitar León?

Ocio y Vacaciones _____

Negocios o Trabajo _____

Visita a familiares o amigos _____

(9) Con quien viaja

Solo _____

En grupo _____

Con la familia _____

En pareja _____



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

(10) Duración de la estancia

- Menos de 24 horas ____
 2 días 1 noche ____
 3 días 2 noches

(11) ¿Qué medio de transporte uso para llegar a León?

1. Publico Autobús
 Microbús
2. Privado Vehículo propio
 Vehículo rentado
3. Transporte de agencias de viaje o Tour operadora

(12) Actividades realizadas durante su visita a León

- viejo
- a) Visita a Ruinas de león
- b) Visita a la Catedral de león
- c) Visita al centro de cultura
- d) Visita a museos
- e) Visita a Playa las Peñitas y playa Poneloya
1. Pesca
2. Caminata
3. Paseo en lancha
4. Surf
5. degustación de comida local

13. Ordene en que actividades ha gastado más en su visita a León de mayor a menor 1 al 7.

a) Paquetes Turísticos (a destinos dentro de León)	
b) Alojamientos	
c) alimentos y bebidas	
d) Transporte	
e) ocio, cultura, entradas	
f) compras	
g) Otros	

14. ¿Es esta su primera visita a León?

- Primera visita ____
 Segunda visita ____
 3 a más visitas ____

15. Numero de acompañantes en su viaje

Total _____

16. ¿Cuál es el mayor nivel de educación o el mayor título académico alcanzado?

- Primaria _____
 Bachiller de secundaria _____
 Técnico _____
 Licenciatura _____
 Maestría _____
 Post grado _____ Ninguno _____

17. ¿Cuál es su ingreso promedio mensual? Escriba un aproximado

U\$ _____



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



UNAN-MANAGUA
RUBEN DARIO UNIVERSITY COURSE

Survey for Tourists

This survey will serve as an instrument for collecting information for the development of a research in the topic Tourism Demand in the city of León. This survey is aimed at national and foreign tourists who are in the destination, with the objective of knowing relevant data of the visitors according to their demographic characteristics, different motivations and forms of travel. Your opinion is valuable

I. GENERAL INFORMATION OF THE VISITOR

(1) Age _____ Religion _____
Training _____
Other reason (specify) _____

(2) Civil status
Single
 Married

(3) Nationality _____

(4) Country of residence _____

(5) Sex: _____

(6) Current situation

Active: Busy
 Jobless

Inactive Students
 retired

Volunteers

Disabled

(7) What is your main reason to visit León?

Leisure and Holidays _____

Business or Work _____

Visit family or friends _____

Health _____

Culture _____

(8) Organization of the trip

1. Direct reservations Accommodation only
Transport only
Accommodation and transport

2. Reserve through agency tourist packages
Only
accommodations
Transport only
Others

3. without prior reservation

(9) With whom you travel

Alone _____

In a group _____

With family _____

In couple _____

(10) Duration of stay

Less than 24 hours _____

2 days 1 night _____

3

4 days 2 nights _____

(11) What means of transport do I use to get to León?



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León

1. Public Autabus
 Minibus
2. Private
 Own vehicle
 Rented vehicle
3. Transport of travel agencies

g) other	
----------	--

(12) Activities carried out during his visit to León

- a) Visit to Old Lion Ruins
- b) Visit to the Cathedral of León
- c) Visit to the culture center
- d) Visits to museums
- e) Visit to Playa las Peñitas and Poneloya beach

- 1) Fishing
- 2) Walk
- 3) Boat ride
- 4) Surfing
- 5) Local food Tasting

(13) Order what activities you have spent the most on your visit to Leon from highest to lowest.

a) Tourist Packages	
b) Accommodations	
c) food and beverages	
d) transport	
e) leisure, culture, entrances	
f) purchases	

(14) Is this your first visit to León?

First visit _____
 Second visit _____
 3 more visits _____

(15) Number of companions in your trip

Total _____

(16) What is the highest level of education or the highest academic degree achieved?

Primary _____
 High school graduate _____
 Technical _____
 Bachelor's degree _____
 Master's degree _____
 Post Grade _____
 None _____

17. What is your average monthly income?

Write an approximate

U \$ _____



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA
UNAN- MANAGUA
RECINTO UNIVERSITARIO RUBEN DARIO
FACULTAD EDUCACION E IDIOMAS
DEPARTAMENTO DE FRANCES
CARRERA TURISMO SOSTENIBLE

Entrevista a los establecimientos

Esta entrevista servirá como instrumento de recolección de información para la elaboración de una investigación en el tema Demanda Turística en la ciudad de León esta entrevista es dirigida a dueños de establecimientos ubicados en la ciudad de león con el objetivo de conocer aspectos relevantes de los turistas que visitan este departamento agradecemos su colaboración.

Nombre del establecimiento _____

Lugar:

Tipo de establecimiento _____

- ¿Conoce usted la procedencia de sus clientes?
- ¿Cuál es la nacionalidad que más predomina?
- ¿Cuál es la opción más utilizada de sus clientes al reservar?
- ¿Cuál es la estancia promedio de sus clientes en el establecimiento?
- ¿Cuánto fue el gasto de los visitantes al hacer uso de sus servicios?
- ¿Cuentan con un libro de registro?

Finalmente, si tienen algún registro de sus clientes quisiéramos saber si podría facilitarnos con el compromiso que devolveremos los resultados obtenidos.



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



Nombre de la variable	Etiqueta de la variable
Número	Número de la entrevista
Edad	Edad del entrevistado
P2	Estadio civil
P3	Nacionalidad
P4	País de Residencia
P5	Sexo del entrevistado
P6	Situación actual
P7	Cuál es su principal razón para visitar León?
P7_Especi	Especificar otro motivo de visitar León
P8.1	Organización del viaje_Reservas directas
P8.1.1	Reserva directa_ Sólo Alojamiento
P8.1.2	Reserva directa_ Sólo Transporte
P8.1.3	Reserva directa_ Alojamiento y Transporte
P8.2	Reserva a través de agencia
P8.2.1	Sin reservas previas
P8.3	Con quién viaja
P8.4	Duración de la estancia
P8.5	Qué medio de transporte uso para llegar a León?
P9.a	Actividades realizadas durante su visita a León_Visita a Ruinas de león viejo
P9.b	Actividades realizadas durante su visita a León_Visita a la Catedral de León
P9.c	Actividades realizadas durante su visita a León_Visita al Centro de cultura
P9.d	Actividades realizadas durante su visita a León_Visita a museos
P9.e	Actividades realizadas durante su visita a León_Visita a Playa, las Peñitas y Playa Poneloya
P9.e.1	Visita a Playa, las Peñitas y Playa Poneloya_Pesca
P9.e.2	Visita a Playa, las Peñitas y Playa Poneloya_Caminata
P9.e.3	Visita a Playa, las Peñitas y Playa Poneloya_Paseo en lancha
P9.e.4	Visita a Playa, las Peñitas y Playa Poneloya_Surf
P9.e.5	Visita a Playa, las Peñitas y Playa Poneloya_Desgustación de comida local
P9.e.6	Visita a Playa, las Peñitas y Playa Poneloya_Otro (Especifique)
P9.e.6.Espc	Especifique?
P10.a	Ordene en que actividades ha gastado más en su visita a León de mayoy a menor 1 al 7_Paquete turísticos
P10.b	Ordene en que actividades ha gastado más en su visita a León de mayoy a menor 1 al 7_Alojamientos
P10.c	Ordene en que actividades ha gastado más en su visita a León de mayoy a menor 1 al 7_Alimentos y bebidas
P10.d	Ordene en que actividades ha gastado más en su visita a León de mayoy a menor 1 al 7_Transporte
P10.e	Ordene en que actividades ha gastado más en su visita a León de mayoy a menor 1 al 7_Ocio, cultura, entradas
P10.f	Ordene en que actividades ha gastado más en su visita a León de mayoy a menor 1 al 7_Compras
P10.g	Ordene en que actividades ha gastado más en su visita a León de mayoy a menor 1 al 7_Otros
P11	Es está su primera visita a León?
P12	Número de acompañantes en su viaje
P13	Cuál es el mayor nivel de educación o el mayor título académico alcanzado?
P14.1	Cuál es su ingreso promedio mensual? Escriba aproximadamente en córdobas
P14.2	Cuál es su ingreso promedio mensual? Escriba aproximadamente en dólares
Edad1	Grupo de edades de los entrevistados
Dolar1	Ingreso promedio de córdobas a dolares
Ingresoprom	Ingreso promedio de los turistas (\$)
Rangoingreso	Rango de los ingresos promedios en dólares



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



Númer	Eda	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	22	Casado(Nicaragüense	Nicaragua	Femenino	Activo_Ocupados	Visita a familiares o amigos
2	21	Soltero(a	Nicaragüense	Nicaragua	Femenino	Inactivo_Estudiante	Ocio y vacaciones
3	27	Soltero(a	cubano	Cuba	Femenino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
4	21	Soltero(a	Nicaragüense	Nicaragua	Femenino	Inactivo_Estudiante	Ocio y vacaciones
5	41	Soltero(a	Nicaragüense	Nicaragua	Masculino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
6	26	Soltero(a	Nicaragüense	Nicaragua	Masculino	Activo_Sin trabajo	Visita a familiares o amigos
7	21	Soltero(a	Nicaragüense	Nicaragua	Femenino	Activo_Ocupados	Cultura
8	22	Soltero(a	Nicaragüense	Nicaragua	Femenino	Inactivo_Estudiante	Cultura
9	13	Soltero(a	Nicaragüense	Nicaragua	Femenino	Inactivo_Estudiante	Visita a familiares o amigos
1	25	Soltero(a	Español/Española	España	Masculino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
1	26	Soltero(a	Holandés/Holandesa	Holanda	Femenino	Inactivo_Estudiante	Ocio y vacaciones
1	32	Soltero(a	Español/Española	España	Femenino	Activo_Ocupados	Cultura
1	34	Soltero(a	Nicaragüense	Nicaragua	Masculino	Activo_Ocupados	Cultura
1	28	Casado(Holandés/Holandesa	Holanda	Femenino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
1	35	Casado(Holandés/Holandesa	Holanda	Masculino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
1	21	Casado(Estadounidense	Estados Unidos	Masculino	Activo_Ocupados	Visita a familiares o amigos
1	20	Soltero(a	Estadounidense	Estados Unidos	Femenino	Inactivo_Voluntarios	Religión
1	26	Soltero(a	Nicaragüense	Nicaragua	Masculino	Activo_Sin trabajo	Cultura
1	29	Soltero(a	Frances/Francesa	Francia	Masculino	Activo_Sin trabajo	Otro motivo
2	27	Soltero(a	Nicaragüense	Nicaragua	Masculino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
2	33	Casado(Nicaragüense	Nicaragua	Masculino	Activo_Ocupados	Negocios o trabajo
2	29	Soltero(a	Belga	Belgica	Masculino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
2	36	Casado(Checa	Austria	Femenino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
2	30	Soltero(a	Frances/Francesa	Francia	Masculino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
2	32	Casado(Belga	Belgica	Femenino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
2	44	Casado(Belga	Belgica	Masculino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
2	30	Soltero(a	Nicaragüense	Nicaragua	Masculino	Activo_Ocupados	Religión
2	28	Soltero(a	Estadounidense	Estados Unidos	Femenino	Activo_Ocupados	Visita a familiares o amigos
2	26	Soltero(a	Canadiense	Canada	Femenino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
3	22	Soltero(a	Canadiense	Canada	Masculino	Activo_Ocupados	Cultura
3	41	Soltero(a	Estadounidense	Estados Unidos	Masculino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
3	38	Casado(Nicaragüense	Nicaragua	Femenino	Activo_Ocupados	Negocios o trabajo
3	26	Soltero(a	Australiano/Australia	Australia	Femenino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
3	21	Soltero(a	Canadiense	Canada	Femenino	Inactivo_Estudiante	Ocio y vacaciones
3	24	Casado(Estadounidense	Nicaragua	Femenino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
3	61	Casado(Estadounidense	Estados Unidos	Femenino	Inactivo_Jubilados	Ocio y vacaciones
3	21	Soltero(a	noruega	Noruega	Femenino	Inactivo_Estudiante	Ocio y vacaciones
3	24	Soltero(a	Español/Española	España	Femenino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
3	20	Soltero(a	Suiza	Suiza	Femenino	Inactivo_Estudiante	Ocio y vacaciones
4	26	Soltero(a	Aleman/Alemana	Alemania	Masculino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
4	27	Soltero(a	Aleman/Alemana	Alemania	Masculino	Inactivo_Estudiante	Ocio y vacaciones
4	23	Soltero(a	Aleman/Alemana	Alemania	Femenino	Inactivo_Estudiante	Ocio y vacaciones
4	27	Soltero(a	Canadiense	Canadá	Femenino	Activo_Ocupados	Ocio y vacaciones
4	21	Soltero(a	Aleman/Alemana	Alemania	Femenino	Inactivo_Estudiante	Ocio y vacaciones



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



Número	P7_Especi	P8.1	P8.1.1	P8.1.2	P8.1.3	P8.2	P8.2.1	P8.3	P8.4
1							1	Con la familia	Menos de 24 horas
2							1	Sólo	Menos de 24 horas
3						Paquete turístico		En grupo	3 días y 2 noches
4							1	Sólo	2 días y 1 noche
5							1	En pareja	Menos de 24 horas
6							1	Sólo	Menos de 24 horas
7							1	En pareja	Menos de 24 horas
8							1	En pareja	Menos de 24 horas
9							1	Con la familia	Menos de 24 horas
1							1	En pareja	3 días y 2 noches
1		Si	1					En pareja	2 días y 1 noche
1							1	En pareja	3 días y 2 noches
1							1	En grupo	2 días y 1 noche
1		No					1	En pareja	3 días y 2 noches
1		Si			1			En pareja	3 días y 2 noches
1		Si	1					Sólo	3 días y 2 noches
1		Si			1			Sólo	Más de 3 días
1		Si			1			En pareja	2 días y 1 noche
1	voluntariad	Si			1			Sólo	Más de 3 días
2							1	Sólo	Menos de 24 horas
2							1	Sólo	Menos de 24 horas
2							1	En pareja	3 días y 2 noches
2							1	Con la familia	Más de 3 días
2							1	En pareja	3 días y 2 noches
2		Si	1					En pareja	2 días y 1 noche
2		Si	1					En pareja	2 días y 1 noche
2							1	Sólo	Menos de 24 horas
2							1	En pareja	2 días y 1 noche
2		Si	1					En pareja	3 días y 2 noches
3							1	En pareja	3 días y 2 noches
3		Si	1					Sólo	Más de 3 días
3							1	Sólo	Menos de 24 horas
3							1	Sólo	2 días y 1 noche
3							1	En pareja	Más de 3 días
3							1	Con la familia	Menos de 24 horas
3							1	Con la familia	Menos de 24 horas
3		Si			1			En grupo	3 días y 2 noches
3		Si	1			Solo transporte		En pareja	3 días y 2 noches
3							1	Sólo	Menos de 24 horas
4							1	En pareja	3 días y 2 noches
4					1			Sólo	Menos de 24 horas
4							1	En pareja	3 días y 2 noches
4		Si	1					En pareja	3 días y 2 noches
4		Si	1					Sólo	3 días y 2 noches



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



Número	P8.5	P9.a	P9.b	P9.c	P9.d	P9.e	P9.e.1	P9.e.2	P9.e.3	P9.e.4
1	Público_Microbús		1							
2	Privado_Vehículo propio	1	1							
3	Público_Autobús		1							1
4	Privado_Vehículo propio	1	1			1				
5	Privado_Vehículo propio		1							
6	Privado_Vehículo propio		1							
7	Público_Microbús		1	1						
8	Público_Microbús		1							
9	Público_Microbús		1							
1	Público_Autobús		1	1	1	1				1
1	Público_Microbús		1			1		1	1	
1	Público_Microbús	1	1		1	1		1	1	
1	Privado_Vehículo propio		1		1	1	1	1		
1	Público_Microbús		1			1		1	1	
1	Público_Microbús		1	1	1	1		1		
1	Privado_Vehículo propio					1		1		
1	Privado_Vehículo propio		1			1		1		
1	Público_Microbús		1			1		1	1	
1	Público_Microbús				1			1		
2	Privado_Vehículo propio					1		1		
2	Público_Autobús		1							
2	Privado_Vehículo propio	1	1							
2	Público_Autobús	1			1			1		
2	Privado_Vehículo propio	1								
2	Público_Autobús		1	1	1					
2	Público_Autobús		1		1					
2	Público_Autobús		1			1	1			
2	Público_Autobús	1	1			1	1			
2	Público_Microbús		1		1	1			1	
3	Público_Autobús		1			1				1
3	Público_Autobús					1		1		
3	Público_Autobús		1							
3	Público_Autobús		1			1		1		1
3	Público_Autobús		1			1		1	1	
3	Privado_Vehículo propio		1			1				
3	Privado_Vehículo propio		1							
3	Público_Autobús		1			1				1
3	Público_Autobús		1	1	1	1				1
3	Público_Autobús		1			1				1
4	Público_Autobús		1			1		1		1
4	Público_Autobús		1							
4	Público_Microbús		1			1		1		1
4	Privado_Vehículo propio		1		1	1		1		
4	Privado_Vehículo rentado		1	1		1				1



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



Nú	P9.e	P9.e	P9.e.6.Espc	P10.	P11							
		1		0	0	0	0	0	0	0	0	Primera
				3	2	1	4	5	6	7		3 o más
				7	6	5	2	3	1			3 o más
					2	1	3	5	4	6		Segunda
				6	5	2	1	3	4	7		3 o más
						7						3 o más
						1	2	3				3 o más
						7	6	5				3 o más
	1			5								3 o más
1	1			1	2	5	6	4	3	7		Primera
1		1	Escalar volcán cerro		2	3	4	1				Primera
1	1			6	2	1	3	4	5	7		Primera
1				6	2	1	3	5	4	7		3 o más
1		1			6	7	5	4	3	2		Primera
1	1				6	7	5	4	3	2		Primera
1	1				7	6		5	4	3		3 o más
1	1				2	3		5	4			Segunda
1					7	6	4	5	3			Primera
1					1	3	4	2	5			Primera
2				6	2	1	3	4	5	7		3 o más
2						3	2		4			3 o más
2				6	2	1	3	5	4	7		Primera
2				6	1	2	3	5	4	7		Primera
2				4	3	2	1	5	6	7		Primera
2					1	2	4	3				Primera
2					1	2	4	3				Primera
2			Nadar			5	6	7				3 o más
2				5	1	4	2	3	6			Primera
2				2	3	1	6	4	5			Primera
3				6	7	5	4	3				Primera
3	1				4	3	2	1	5			Primera
3						7	6	5				Primera
3	1	1	Bailar		3	1	5	2	4			3 o más
3	1			1	2	3	5	4	6			Segunda
3	1					2	1	3	4			3 o más
3					2		3	4				Primera
3	1			5	3	1	2	4	6			Primera
3	1			1	2	5	6	4	3	7		Primera
3	1					5	7	6				Primera
4	1			0	0	0	0	0	0	0		Primera
4						5	4	3				Segunda
4	1		Escalar Volcán	7	1	3	1	2	6	5		Primera
4				2	1	3	5	4				Primera
4	1			4	5	1	3	2	6	7		Primera



Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



Número	P12	P13	P14.1	P14.2	Edad1	Dolar1	Ingresopr	Rangoingreso
1	2	Licenciatura		100	13 -		100	Menor o igual
2	0	Bachiller de secundaria		200	13 -		200	Menor o igual
3	17	Postgrado		1,	25 -		1,000	Menor o igual
4	0	Bachiller de secundaria		250	13 -		250	Menor o igual
5	2	Primaria	3,		25 -	98	98	Menor o igual
6	0	Licenciatura			25 -			
7	1	Licenciatura	3,		13 -	98	98	Menor o igual
8	2	Licenciatura	4,		13 -	131	131	Menor o igual
9	2	Primaria			13 -			
1	1	Licenciatura		700	25 -		700	Menor o igual
1	1	Maestría		500	25 -		500	Menor o igual
1	2	Bachiller de secundaria		2,	25 -		2,300	\$ 2,001 - \$
1	6	Maestría	13,		25 -	426	426	Menor o igual
1	2	Maestría		1,	25 -		1,600	\$1,001 - \$
1	1	Maestría		2,	25 -		2,000	\$1,001 - \$
1	0	Bachiller de secundaria		4,	13 -		4,000	\$ 3,001 - \$
1	0	Bachiller de secundaria	2,		13 -	68	68	Menor o igual
1	1	Licenciatura			25 -			
1	0	Maestría			25 -			
2	0	Licenciatura	24,		25 -	806	806	Menor o igual
2	0	Licenciatura	18,		25 -	604	604	Menor o igual
2	1	Licenciatura		2,	25 -		2,000	\$1,001 - \$
2	3	Licenciatura		1,	25 -		1,600	\$1,001 - \$
2	1	Licenciatura		2,	25 -		2,340	\$ 2,001 - \$
2	1	Maestría		1,	25 -		1,500	\$1,001 - \$
2	1	Maestría		1,	25 -		1,000	Menor o igual
2	0	Postgrado	6,		25 -	201	201	Menor o igual
2	1	Licenciatura		3,	25 -		3,000	\$ 2,001 - \$
2	1	Licenciatura		3,	25 -		3,500	\$ 3,001 - \$
3	1	Técnico		2,	13 -		2,000	\$1,001 - \$
3	0	Postgrado	10,		25 -	327	327	Menor o igual
3	0	Licenciatura	3,		25 -	114	114	Menor o igual
3	0	Licenciatura		1,	25 -		1,000	Menor o igual
3	1	Postgrado			13 -			
3	3	Licenciatura		2,	13 -		2,000	\$1,001 - \$
3	3	Licenciatura			45 -			
3	4	Técnico		600	13 -		600	Menor o igual
3	1	Maestría		900	13 -		900	Menor o igual
3	0	Bachiller de secundaria			13 -			
4	1	Maestría		5,	25 -		5,000	\$ 4,001 - \$
4	0	Licenciatura		2,	25 -		2,500	\$ 2,001 - \$
4	1	Maestría		1,	13 -		1,200	\$1,001 - \$
4	1	Licenciatura		3,	25 -		3,000	\$ 2,001 - \$
4	4	Licenciatura		600	13 -		600	Menor o igual



Volcán Momotombo (vista de la antigua fortaleza de las ruinas de León viejo)



Ruinas de León viejo



Estructura de la Antigua la fortaleza



Trazado hipotético de la antigua ciudad León



Playa las Peñitas y poneloya (León)





Análisis de la Demanda Turística Actual del Departamento de León



Catedral de León