

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA
UNAN- LEÓN**



ESCUELA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMIA

**MONOGRAFIA PARA OPTAR AL TITULO DE LICENCIADO EN
ECONOMIA**

TEMA

**EL TURISMO EXTRANJERO Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN LA CIUDAD
DE LEÓN EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS (2003-2005).**

AUTORES

**Br. JILMA ADELA ALVAREZ
Br. JACKELINE ALVAREZ ROSALES**

TUTOR

Lic. BISMARCK ALTAMIRANO

LEÓN, MAYO DEL 2006.



INDICE

TEMA.....	1
INTRODUCCION.....	2
ANTECEDENTES.....	4
JUSTIFICACION.....	7
PROBLEMA.....	8
OBJETIVOS.....	9
MARCO TEORICO.....	10
Capitulo I = Marco de Referencia del Municipio de León.....	10
Capitulo II = Principales atractivos de la ciudad de León.....	12
Capitulo III = Desarrollo del turismo.....	14
3.1- El Turismo, mayor generador de empleo en el mundo.	
3.2-Turismo en Nicaragua en los últimos tres años (2003-2005).	
3.3- Proyectos implementados en pro del turismo Leonés en los últimos tres años.	
Capitulo IV = DISEÑO METODOLÓGICO.....	20
HIPÓTESIS.....	25
RESULTADOS.....	26
Capitulo V = ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	46
CONCLUSIONES.....	50
RECOMENDACIONES.....	52
BIBLIOGRAFIA.....	53
GLOSARIO.....	54
ANEXOS.....	55



AGRADECIMIENTO

- A Dios por ser nuestro Creador, darnos vida y fuerzas para lograr nuestras metas y por permitirnos vivir cada día con una nueva esperanza.
- A nuestros Padres ya que sin el apoyo de ellos no hubiese sido posible lograr coronar nuestra carrera universitaria, por estar siempre a nuestro lado impulsándonos siempre a salir adelante y cumplir nuestras metas.
- A todos los Profesores que contribuyeron con nuestra formación profesional brindándonos sus conocimientos durante el transcurso de la carrera para llegar a ser un buen elemento en la sociedad y poder contribuir con el desarrollo del país.
- A nuestro Tutor licenciado Bismark Altamirano, por darnos su apoyo y conocimientos necesarios para realizar este trabajo, por el tiempo y dedicación prestados.
- A los Licenciados Reinaldo Meléndez, Esmeralda Mendoza, Roberto Campuzano y Noel Varela, que aportaron su granito de arena a nuestro trabajo, dándonos sus puntos de vista en la realización del estudio.
- Al Ingeniero Santiago Velásquez, encargado del departamento de planeación y desarrollo de la Alcaldía Municipal de León, quien nos brindó la información requerida a cerca de los planes de inversión anual, por darnos su apoyo y tiempo en la realización de la investigación.
- A la Licenciada María Eugenia Flores directora del INTUR-León y a la oficina de Información Turística que nos brindaron su tiempo, disposición y apoyo.



DEDICATORIA

- A “Dios” por tenerme con vida y permitirme llegar a este momento tan importante.
- A mi madre “Rosa Jilma Álvarez”, por estar en los momentos buenos y malos, que con esfuerzo luchó para que fuera una persona de bien ante la sociedad y lograr culminar uno de mis grandes deseos.
- A la señora “Raquel Berríos”, por ayudarme en los momentos que más necesité, por brindarme su apoyo incondicional, por creer en mí. Su confianza ha sido una base importante para este logro.

JILMA ADELA ALVAREZ



DEDICATORIA

- A “Dios” por la vida que me da cada día, por iluminar siempre mi camino, darme sabiduría, fortaleza y la oportunidad de haber realizado este sueño.
- A mis padres “Martha Rosales y Napoleón Álvarez”, por brindarme su apoyo incondicional a lo largo de mi vida y mi carrera universitaria, ya que con gran esfuerzo permitieron que alcanzara esta meta.
- De manera muy especial y desde el fondo de mi corazón, dedico este logro a quien en vida fue “Anne Maria Lumbí Gutiérrez”, que al igual que yo este año estuviera coronando su carrera, pero por cosas del destino no fue así. Compartimos momentos inolvidables, más que primas fuimos amigas y gracias a ella y a lo que le sucedió, yo le he dado un valor mucho más grande a mi vida. Y aunque ya no forme parte de este mundo su recuerdo está siempre en mi mente y en mi corazón.

JACKELINE ALVAREZ ROSALES



TEMA

El turismo extranjero y su impacto económico en la ciudad de León en los últimos tres años (2003-2005).



INTRODUCCION

El turismo extranjero es de elevada importancia para el sector económico de la ciudad de León. Es una industria blanca que contribuye al desarrollo económico en términos de su capacidad para generar divisas. Sin duda alguna su gran importancia seguirá creciendo cada vez más con los avances que se van logrando permitiendo así un mejor nivel económico y un mejor nivel de vida para la población.

Por este motivo decidimos estudiar este tema, ya que es un sector tan importante económicamente y por considerar que la ciudad posee riquezas que pueden ser explotadas para mejorar su nivel económico-social.

Nos planteamos determinar los efectos económicos del turismo extranjero en la población Leonesa, el cual lleva como fin abordar propuestas de inversión implementadas por el gobierno municipal en pro de éste, medir los niveles de ingresos proporcionados por los extranjeros que visitan la ciudad, examinar el incremento de la promoción en el extranjero, analizar el comportamiento laboral generado, evaluar los determinantes del mercado turístico de la ciudad e identificar el potencial que posee; todo esto es relevante ya que consideramos que León a pesar de ser una ciudad con capacidad de ofrecer las mejores condiciones para los visitantes del exterior, aún está en proceso de crecimiento y necesita del apoyo de personas con grandes expectativas ya que éste es un campo de desarrollo muy amplio.

El estudio se llevó acabo en el casco urbano de la ciudad y en las playas cercanas, ya que es donde se da una mayor concentración de extranjeros que forman parte esencial de nuestra población en estudio, que está compuesta además de los establecimientos que brindan servicios solicitados por el visitante, como los hoteles, restaurantes, cybers, entre otros, y una pequeña proporción de estudiantes de la carrera de Economía. Para su realización se tuvieron en cuenta los factores que se relacionan directamente



con el problema planteado y que permitieron a su vez darle una solución concreta. Abordamos de forma atractiva la diversidad en recreación que se ofrece y la imagen o percepción que tienen los demandantes y una definición concreta de lo que desean.

Además se tomaron en consideración las necesidades y deseos reales de estos consumidores y algunas herramientas de promoción y publicidad que permitirán atraer más turistas e incrementar la demanda debido a que el avance de este rubro es un reto para continuar promocionando las principales rutas y ofertar nuevos lugares con grandes potenciales.



ANTECEDENTES

Las semillas del turismo moderno se sembraron en el siglo XIX. Con la revolución industrial creció la clase media de Europa y Estados Unidos, por lo que cada vez más personas poseían tanto el dinero como el tiempo para viajar. Lamentablemente, la mayor familiaridad con los extranjeros que fomentó el turismo no impidió el estallido de las dos guerras mundiales en el siglo XX. Sin embargo en vez de acabar con el turismo, los cambios sociales y los adelantos técnicos propiciados por las guerras en realidad aceleraron el crecimiento del sector.

Los viajes aéreos se hicieron más rápidos y asequibles; se trazaron carreteras que recorrían los continentes, y proliferaron los vehículos de motor. Ya a mediados del siglo XX, las vacaciones y los viajes turísticos eran parte de la cultura occidental y estaban al alcance de la mayoría de las clases sociales. Además millones de personas compraron televisores y quedaron embelesadas con la visión de lugares exóticos, lo cual les despertaba el deseo de viajar.

A comienzos de la década de 1960 se alcanzó la cifra anual de 70,000,000 de turistas internacionales. A mediados de los años 90 la cifra ya había ascendido a más de 500 millones. A fin de satisfacer sus necesidades, se construyeron centros vacacionales por todo el mundo.

León ha sido desde la independencia en 1821, la Ciudad Cultural y Universitaria del País, el cual evidencia con ello su pasado colonial, su vida independiente de la tutela española y su desarrollo en el siglo XX, expresado en muchos cambios de enfoques socio económico, cultural, político y religioso.

La Protección Patrimonial, cultural y la recuperación del centro histórico de la ciudad, ofrecen significativamente respuestas urbanas arquitectónicas de nuestro pasado colonial, así como también, las influencias de estilos y corrientes de la arquitectura contemporánea.



Durante la época de 1970, antes de la revolución sandinista, existía estabilidad y ambiente tranquilo para desarrollar el turismo. Los precios de los servicios eran bastante accesibles, pero a pesar de las relaciones internacionales que existían en esa época, tours operadoras internacionales no traían turistas a Nicaragua.

Debido a las revueltas de la revolución sandinista en el 79, los proyectos que se pretendían desarrollar se suspendieron por la gran inestabilidad política, económica y social causada por la guerra en Nicaragua.

Durante la época de los 80 no se dio un desarrollo importante en el sector debido al bloqueo económico, inseguridad y desconfianza de los inversionistas extranjeros y a la vez de la comunidad internacional en general que no se arriesgaba a visitar un país en tal situación.

El turismo extranjero en Nicaragua empieza a desarrollarse de manera sostenida a partir de 1990 gracias a la estabilidad política, económica y social que inicia con el cambio de gobierno. Antes de esta transición las motivaciones de la gente se reducían a conseguir alimentos, vestimentas, viviendas o áreas para sobrevivir, debido a los conflictos militares.

A partir del 90 se pierde el temor de inversionistas y se inicia la afluencia de nicaragüenses exiliados por la guerra y el bloqueo. En la ciudad de León surge un movimiento económico y turístico, el gobierno se preocupa por desarrollar éste sector y comienza a nacer el turismo extranjero como rubro.

León ha mostrado interés por promover la inversión en facilidades de ocio hasta en los últimos 10 años. Por ejemplo las aperturas de nuevos establecimientos como: Don Señor, Dilectus, Bohemios, bar Taquezal, Plaza Siglo Nuevo, etc. Y siguen abriéndose negocios de entretenimiento y diversión con los cuales se ha tenido aceptación por parte de los visitantes.

El auge de este sector que se ha venido dando estos últimos años continúa de forma positiva para la ciudad que durante mucho tiempo se caracterizó por el cultivo de algodón y otros productos.



Se ha convertido en un fenómeno que ha venido a mejorar la economía del municipio en gran manera, hay que tomar en cuenta la importancia que ha tenido la protección y conservación de la materia prima que poseemos para trabajar en el sector; el cual ha demostrado en los últimos años altas tasas de crecimiento hasta llegar a convertirse en una de las industrias más expansivas e importantes desde el punto de vista económico, de tal modo que ha llegado a decirse que en los próximos años se habrá convertido en la actividad económica del planeta superando a industrias tan poderosas como la del petróleo, la automovilística de energía o la de informática.

Hoy día, el turismo resulta vital para la economía de más de ciento veinticinco países. Subrayando los beneficios que aporta éste sector, la Organización Mundial del Turismo (OMT) lo comparó, en un comunicado de prensa emitido en el 2004, a un motor capaz de atenuar la pobreza mediante la creación de pequeñas y medianas empresas y nuevos puestos de trabajo, lo cual puede elevar “la concienciación ambiental, cultural y social”.

Se necesita estudiar más este campo ya que se hacen estudios de lo que se posee, pero no se ha llegado a realizar profundamente un análisis que permita valorar económicamente las ventajas que implica tener un gran potencial turístico.



JUSTIFICACION

El turismo extranjero es considerado el mayor potencial en generación de ingresos provocando que la población mantenga viva su cultura y costumbres que es de orgullo ante los demás que demuestran respeto y admiración e instan a realizar inversiones para ofrecer mejores condiciones.

El estudio surgió como iniciativa colectiva para el aporte social a las comunidades en vías de crecimiento ya que en la ciudad de León por diversas razones se desconocen sucesos acontecidos en determinados lugares de la misma.

Por esta razón, optamos por este tema que es de gran importancia para el desarrollo socioeconómico de la ciudad y por que hoy en día el turismo es el rubro más apetecido por los inversionistas.

Consideramos que el resultado de este estudio podrá servir como una base teórica-científica y como referencia para otros tipos de investigaciones relacionadas con este ámbito del turismo.



PROBLEMA

León posee un gran potencial, pero presenta una insuficiente y poca variedad de oferta, inadecuada infraestructura turística y escasa capacitación del personal de servicio.



OBJETIVOS

General:

Determinar los efectos económicos que tiene el turismo extranjero en la ciudad de León.

Específicos:

- Identificar el potencial turístico que posee la ciudad.
- Examinar el incremento de la promoción del turismo Leonés en el extranjero.
- Señalar las propuestas de inversión implementadas por el gobierno municipal en pro del turismo.
- Analizar los beneficios laborales generados por la afluencia de turistas extranjeros.
- Medir los niveles de ingresos proporcionados por los turistas extranjeros que visitan la ciudad.



MARCO TEORICO

Capítulo I

MARCO DE REFERENCIA DEL MUNICIPIO DE LEON

Información General

El municipio de León, según la ley de división política administrativa publicada en octubre de 1989 y abril 1990, pertenece al departamento de León, región noroccidental de Nicaragua.

La ciudad de León es la segunda ciudad importante del país. Es la cabecera del departamento de León declarada “Ciudad Universitaria” y se encuentra ubicada en un llano entre dos depresiones el río Chiquito al sur y el Pochote al norte.

El municipio de León, por su extensión ocupa el segundo lugar entre los demás municipios del departamento, y el primer lugar en densidad poblacional.

- Nombre del municipio: León
- Nombre del departamento: León
- Fecha de fundación: Junio de 1524
- Extensión territorial: 820 Km²
- Referencia geográfica: la cabecera municipal se encuentra a 92 Km. de Managua, capital de la republica.
- 6-Población: 144,538.



Posición geográfica

León esta ubicada en la parte occidental del país entre las coordenadas 12°N y 26' de latitud norte y 86°W y 53' de longitud oeste.

Limites

El municipio de León está comprendido dentro de los siguientes linderos:

- Norte: Municipio de Quezalaguaque y Telica
- Sur: Océano Pacifico
- Este: Municipio Larreynaga, La Paz Centro y Nagarote.
- Oeste: Municipio de Corinto, Chichigalpa (Departamento de Chinandega)

Clima

El municipio tiene un clima tropical de sabana con pronunciada estación seca entre los meses de noviembre a abril y una estación lluviosa entre los meses de mayo a octubre con una temperatura promedio de 35° a 37°C, observándose la más elevada en el mes de abril y la más baja en los meses de diciembre a enero.

Topografía

La topografía del municipio es en general bastante llana y extensa.

Altitud

Sobre el nivel del mar 109.21 metros.



Capítulo II

PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA CIUDAD DE LEÓN*

El TURISMO es considerado uno de los grandes rubros del país. León es una ciudad con grandes riquezas arquitectónicas como naturales, ésta ciudad recoge mucha historia cultural todo esto de gran atractivo para el turista extranjero.

LEÓN presenta grandes alternativas para disfrutar una estancia placentera por esta ciudad. Comenzamos identificando la ciudad como la “ciudad universitaria”, siendo ésta la segunda más importante del país, en ella podemos encontrar diversos sitios de atracción turística, entre las que podemos mencionar:

El recorrido por la ruta sacra, que consiste en visitar las principales iglesias de la ciudad, nuestra monumental catedral ubicada en el centro de la ciudad ocupando un lugar privilegiado, ofreciendo interesantes panorámicas hacia los diferentes puntos de la ciudad, es parte del núcleo generador de León, exponente arquitectónico y urbanístico que define el espacio central, en la que se encuentran edificios singulares y bien diferenciados.



.....
+[Http/www.intur.gob.ni](http://www.intur.gob.ni)



Además de sus majestuosas iglesias con sus espectaculares diseños, la ciudad cuenta con museos donde se conservan objetos de arte muy valiosos para la cultura, así como pertenencias de algunos poetas que dieron grandes aportes a la literatura como es el caso del insigne Rubén Darío; también cuenta con la casa de cultura “Antenor Sandino” donde se puede apreciar sobre pintura las diferentes leyendas y tradiciones que caracterizan la historia Leonesa. No podemos obviar los diferentes centros de diversión y establecimientos que han adecuado sus condiciones a las necesidades tanto de la población como de quienes vienen en busca de nuevas alternativas de entretenimiento.

Durante todos los años, el catorce de agosto se concentran en la ciudad desde tempranas horas del día grupos de turistas nacionales y extranjeros en espera de las seis de la tarde, hora en que las campanas de la iglesia Catedral, la sirena de la ciudad y los cohetes, anuncian el inicio de las fiestas. Los leoneses junto a los centenares de visitantes se arrojan a las calles a gritar, recibiendo sus respectivas gorras. Otros prefieren observar desde una silla en las afueras de las casas anfitrionas el espectáculo de la fiesta popular religiosa, respirando el ambiente de tranquilidad en una ciudad segura como León.



[+Http://www.intur.gob.ni](http://www.intur.gob.ni)



Otros de los grandes atractivos de la ciudad que no podrían omitirse en ningún momento son sus famosas playas muy cercanas al casco urbano como Las Peñitas que se encuentra a 19 Km. al oeste y es uno de los lugares que presenta mayor seguridad para los bañistas por la poca profundidad de sus aguas, la belleza de este lugar son sus costas donde se alzan una serie de casas veraniegas, ranchos típicos y comedores populares. También tenemos Poneloya que es uno de los balnearios más conocidos de la zona, se encuentra ubicado a 20 Km. de la ciudad y cuenta con hoteles, restaurantes, bares y otros servicios.



Capítulo III

DESARROLLO DEL TURISMO **

El turismo es considerado como la industria sin chimenea. Los cinco continentes invierten miles de millones de dólares y la respuesta es inmediata. El éxito, es saber vender y ofrecer el mercado de oportunidades a clientes que saben de cantidad y calidad. En el turismo descansa el futuro económico de los países que, como Nicaragua, deben hacer girar el timón y estar restringidos o discriminados por imposiciones de precios y de mercados en rubros del sector primario.

** [Http://www.google.com.ni](http://www.google.com.ni)



El turismo (principalmente el extranjero) se sitúa a la cabeza de los rubros generadores de divisas en Nicaragua. En Centroamérica es el rubro más apetecido por los inversionistas nacionales y extranjeros.

INTUR ha mostrado con frecuencia como crece la llegada de turistas y cuanto representa esto en ingresos, pero se cree que hace falta indagar sobre el empleo que esta generando. Es evidente, según las estadísticas, que León esta creciendo como destino turístico a pesar de que todavía carece de infraestructura en algunas áreas con mucho potencial. El turismo internacional es el mayor componente del comercio internacional.

“EL TURISMO, MAYOR GENERADOR DE EMPLEO EN EL MUNDO”+

En las últimas dos décadas el turismo ha conocido un auge impresionante: hoy representa el 10% del ingreso mundial y emplea uno de cada nueve trabajadores, para un total de más de 200 millones de empleos. Todo indica que, en el futuro, el turismo seguirá creciendo con mucha fuerza y dinamismo. Se estima que para el año 2010 el turismo generará 1,100 billones de visitas, más de 1,000 millones de billones de dólares y unos 50 millones de empleos adicionales, para un gran total de 260 millones. En el año 2001 hubo 693 millones de llegadas de turistas internacionales y alrededor de 500 mil millones de dólares en gastos.

Esta perspectiva fenomenal de crecimiento también se refleja en América Latina. Para 2006 se proyectó el crecimiento turístico de casi 70% en términos reales, para alcanzar la suma de 235 billones de dólares este mismo año. Estas estadísticas articulan una gran oportunidad para cualquier país que tenga en mente desarrollar el turismo o esté ocupado en la búsqueda de nuevas alternativas para el desarrollo.

El turismo tiene ventajas comparativas bien específicas sobre otras actividades productivas. Depende de insumos que son netamente del patrimonio nacional, tal como los atractivos naturales, históricos, culturales y sociales. Su carácter es netamente exportador. Como actividad económica



genera productos, divisas, empleo e inversiones. Necesita de grandes cantidades de mano de obra, atacando estructuralmente el desempleo.

Puede tener un impacto importante en el nivel de competitividad, eficiencia y rentabilidad de las empresas turísticas. En este sentido, democratiza el dólar al estimular la expansión rápida de la pequeña empresa, y genera igualdad de oportunidades al permitir el crecimiento.

El número de viajeros internacionales supera los 600 millones al año, cientos de millones más se desplazan dentro de su mismo país, sea por trabajo o por placer. En consecuencia, el sector turístico lo que incluye hoteles, centros vacacionales, compañías aéreas, agencias de viajes y otras empresas de servicios ha sido aclamado como “el mayor generador de empleos del mundo”.

“TURISMO EN NICARAGUA EN LOS ULTIMOS TRES AÑOS (2003-005)”//

En el año 2003 el turismo generó 150 millones de dólares con el ingreso de unos 500 mil turistas de los que 81.3% se clasificaron como turistas, 18.1% como viajeros y 0.6% conforman el grupo que incluye a diplomáticos y tripulantes, mostrando un incremento de 34 millones de dólares respecto al 2002, según datos proporcionados por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR). La demanda de alojamiento por parte de los turistas extranjeros se concentró en la ciudad de Managua debido a razones de negocio. Este año el turismo como rubro generador de divisas ocupa el primer lugar en importancia al haber superado los ingresos que generan las exportaciones de café.

+ El Turismo ¿es todo ventaja? , Despertad, Agosto del 2005

// Boletín de estadísticas de turismo. INTUR 2003-2004-2005



Llegadas de turistas a Nicaragua según región geográfica de nacionalidad en el 2003

PROCEDENCIA	NA	CA	SA	EUROPA	OTROS	TOTAL
TOTAL	139,137	310,239	12,437	48,066	15,896	525,775

Fuente: Boletín estadístico de turismo (INTUR) 2003.

En el 2004 la actividad turística receptiva generó 166.7 millones de dólares producto del gasto que los turistas internacionales realizaron a lo interno del país durante su estadía. Esto representa un incremento de 9.8% millones de dólares, tales ingresos representaron 22.1% del valor total de las exportaciones del país, por lo tanto el sector turismo sigue ocupando por cuatro años consecutivos el primer lugar de los principales productos generadores de divisas para el país. Estos resultados han sido excelentes para Nicaragua, recibiendo este año la llegada de 734,971 visitantes internacionales incrementando en un 16.9% en relación al total acumulado en el 2003, lográndose superar las metas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo de Nicaragua.

Llegadas de turistas a Nicaragua según región geográfica de nacionalidad en el 2004

PROCEDENCIA	NA	CA	SA	EUROPA	OTROS	TOTAL
TOTAL	157,782	377,674	14,922	51,262	13,142	614,782

Fuente: Boletín estadístico de turismo (INTUR) 2004.

En el 2005 la tasa de crecimiento obtenida es del 12.5% por concepto de llegada de turistas internacionales al país en comparación al año 2004, excluyendo a los visitantes nicaragüenses, ya que por primera vez a partir del año 2005 se incluyen entre las llegadas de visitantes al país a los turistas de nacionalidad nicaragüense que residen en el exterior, siendo un total de 20,630 nicaragüenses que visitaron Nicaragua.



Los ingresos generados por las llegadas de turistas internacionales al país este año (2005) se estiman en 183.5 millones de dólares, según cálculos efectuados en base a los datos de las encuestas de gastos del año 1994. Esta cifra es preliminar, ya que actualmente se dispone de los resultados de las encuestas 2004 y 2005 sobre turismo receptivo las que forman parte del proyecto de la cuenta satélite de Turismo de Nicaragua, las cuales se encuentran en proceso de revisión y validación.

Llegadas de turistas a Nicaragua según región geográfica de nacionalidad en el 2005

PROCEDENCIA	NA	CA	SA	EUROPA	OTROS	TOTAL
TOTAL	176,949	444,956	15,689	57,838	17,012	712,444

Fuente: Boletín estadístico de turismo (INTUR) 2005.

“PROYECTOS IMPLEMENTADOS EN PRO DEL TURISMO LEONES EN LOS ULTIMOS TRES AÑOS”.=

El gobierno municipal en vista de los avances que ha tenido gracias al sector turístico en los últimos años, se ha propuesto hacer mejoras para aprovechar el potencial disponible. Para ello el Alcalde ejecuta proyectos con la cooperación de organismos o gobiernos internacionales como el hermanamiento Hamburgo, hermanamiento Ultrecht, el Senado de Hamburgo, el FISE, entre otros; debido a que no cuenta con los recursos necesarios para llevarlos acabo de forma individual.

Existen pequeños proyectos que ellos mismos financian como la creación de la Oficina de Información Turística, fue un convenio de la Alcaldía en colaboración con la UNAN-LEON y su Escuela de Turismo. El Rector Ernesto Medina delegó en la licenciada Maria Elena Rojas, en ese entonces directora de la Escuela de Turismo, autoridad para la firma y apoyo de la



Universidad a dicho proyecto. La fundación de ésta es en abril del 2000, pero es hasta en abril del 2002 que empieza a funcionar como tal, a partir de esa fecha la Alcaldía siempre en conjunto con la Universidad realizan pequeños proyectos de mejora para la oficina.

Otro proyecto ejecutado por la Alcaldía y que contribuye con el desarrollo económico local es el de Concreto Estampado que se realizó en las inmediaciones de la Catedral Metropolitana, fue apoyado por el FISE, cuyo fin es conservar los atributos coloniales de León como ciudad turística.



Capítulo IV DISEÑO METODOLÓGICO

TIPO DE ESTUDIO

El presente estudio tiene un enfoque de investigación de tipo “descriptivo transversal” ya que aquí las variables se estudian simultáneamente en determinado momento haciendo un corte en el tiempo.

AREA EN ESTUDIO

Para la selección del área de estudio tomamos en cuenta los criterios siguientes:

Que la población tuviera posibilidad de acceso a las diferentes interrogantes.

Que presentara accesibilidad geográfica.

El área de estudio de la población seleccionada ha sido un punto esencial ya que aquí obtuvimos los resultados de la investigación.

POBLACIÓN EN ESTUDIO

De acuerdo con los objetivos que hemos planteado contamos con tres tipos de población.

-La primera población de estudio son los establecimientos (hoteles, restaurantes, museos, cybers, bares, discos, tours operadoras, etc.) que son visitados por los turistas que solicitan los servicios de éstos, por lo que la información más precisa tiene su origen en ellas. Según nuestras investigaciones éstos establecimientos son 150 aproximadamente.

-La segunda parte de la población está compuesta por los turistas extranjeros que visitan la ciudad durante el periodo de estudio. Estos son según estadísticas del instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) unos 700 cada mes, los cuales tienen diferentes orígenes.

-La tercera y última parte de la población está formada por 53 estudiantes de V año de la carrera de Economía de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNAN-LEON.



MUESTRA

Realizamos un muestreo por conveniencia ya que éste nos permitió seleccionar la muestra siguiendo el criterio intencional o deliberado, donde decidimos según nuestros objetivos los elementos que la integran, considerando éstas unidades supuestamente típicas de la población y así tomamos en cuenta los lugares más visitados por los extranjeros y una mejor selección de estudiantes.

La primera muestra que tomamos es el 33% de los establecimientos, es decir de los 150 que es nuestra población tomamos 50 para realizar el estudio.

La segunda muestra que se tomó es del 30% de los extranjeros que se encuentren en la ciudad, es decir de los 700 turistas que hemos tomado como población elegimos 210.

La tercera muestra está compuesta por el 37% de los estudiantes de V año de Economía, es decir que de la población elegida (53 estudiantes) se tomaron 20.

UNIDAD DE OBSERVACION

Las unidades de observación son:

- Para los establecimientos, los administradores o dueños de cada uno.
- Para la segunda población se tomó en cuenta los turistas extranjeros que visitan la ciudad en el periodo durante se llevó a cabo el estudio.
- Respecto a la tercera se tomó en cuenta 20 estudiantes de la carrera de Economía de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNAN-LEON.



INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Los instrumentos de recolección de información fueron fuentes de información primaria, a través de tres encuestas en forma de cuestionario; la primera encuesta fue dirigida a los establecimientos donde los turistas extranjeros solicitan servicios, con el fin de conocer la demanda que reciben por parte de éstos, así como la oferta disponible; la segunda encuesta se dirigió a los turistas extranjeros para conocer sus criterios acerca de las condiciones de las ofertas recibidas y sus aportes a la economía Leonesa y la tercera fue dirigida a los estudiantes de V año de Economía con el fin de conocer la opinión que tienen acerca del turismo como fuente del desarrollo económico de León. Información secundaria, a través de libros, servicios de Internet y documentos internos de la Alcaldía Municipal y de INTUR.

CRITERIOS DE INCLUSIÓN

- Los establecimientos (hoteles, restaurantes, museos, cybers, comedores, discos, tours operadoras), que han dado sus servicios durante el periodo en estudio.
- Turistas extranjeros que visitan la ciudad durante el periodo de realización del estudio.
- Playas cercanas al casco urbano de León.
- Estudiantes de V año de Economía.

CRITERIOS DE EXCLUSIÓN

- Establecimientos recientemente establecidos.
- Atractivos ubicados fuera del casco urbano y que son visitados solo en temporadas.
- Turistas nacionales.
- Estudiantes de la carrera de Economía que no están en su último año.



VARIABLES

Para los establecimientos

- Ingresos generados*: cantidad monetaria que obtiene el local al brindar su servicio.
- Número de visitante*: personas que asisten al establecimiento a solicitar el servicio que brinda.
- *Costo*: el costo monetario de los servicios.
- Número de empleados*: cantidad de empleados que tienen los establecimientos en el periodo de estudio.
- Demanda del servicio*: la frecuencia que los turistas solicitan el servicio por mes.
- Publicidad*: el tipo de propaganda utilizada para atraer a sus clientes.
- Inversión*: cantidad monetaria invertida para mejorar las condiciones del local.

Para los turistas

- Procedencia*: su lugar de origen.
- Género*: el sexo.
- Estadía*: tiempo de visita en la ciudad.
- Gastos*: cantidad monetaria que los turistas tienen previsto gastar en su estadía en León.

Para los estudiantes

- Origen*: el departamento de origen.
- Promoción*: su criterio acerca de la promoción del turismo Leonés en el extranjero.
- Empleo*: su opinión acerca del aporte del turismo extranjero al sector laboral.
- Equidad*: si creen que hay igualdad entre lo que se ofrece y lo que se demanda.

Procedimiento de recolección de información

El proceso de investigación se presentó en dos actos; primero se realizó una investigación teórica de los elementos a estudiarse que incluye el comportamiento económico del turismo extranjero en León y los atractivos que



posee tomándose solamente las áreas de mayor atracción en el casco urbano y playas aledañas.

Después se elaboraron entrevistas representativas que se concentraron en describir los aspectos económicos y turísticos relacionados con el tema de investigación. Se procedió de la siguiente manera:

Para los establecimientos

Visitamos cada establecimiento y nos identificamos adecuadamente, presentamos una carta que nos respaldó como estudiantes y solicitamos la información precisa para cumplir con nuestros objetivos y respetamos la decisión de cada responsable de responder o no a nuestras encuestas.

Para los turistas

Localizamos a los turistas en los diferentes sitios donde se establecen, una vez localizados les preguntamos si estaban dispuestos a brindarnos la información solicitada, una vez aprobada nuestra petición procedimos a aplicar la encuesta.

Para los estudiantes

Los visitamos y planteamos nuestro objeto de estudio con el fin de conocer su opinión como futuros economistas acerca de nuestra investigación. Una vez aprobada nuestra solicitud aplicamos la encuesta.

METODOS Y MODELOS ANALISIS DE LOS DATOS

Al terminar de aplicar las encuestas se analizaron las respuestas de las entrevistas a través de resúmenes y debido a que la estructura de las preguntas es de contenido cerrado y mixto, se esquematizó a través de diagramas de barra y pastel que reflejan cada distribución. Así mismo se realizaron las conclusiones basadas en los objetivos planteados y en las recomendaciones se dio respuesta a los propósitos de la investigación.



HIPOTESIS

El turismo extranjero constituye una de las principales fuentes de ingreso en la economía Leonesa generando el desarrollo de la misma.



RESULTADOS

ENCUESTAS A ESTABLECIMIENTOS

1- NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO (Ver listado en anexos)

2- AÑOS DE EXISTENCIA

AÑOS DE EXISTENCIA	No. DE ESTABLECIMIENTOS
1	8
2	4
3	5
4	3
5	6
6	5
7	2
8	4
11	1
12	2
15	1
25	3
27	1
38	1
50	1
54	1
66	1
198	1
TOTAL	50

Según los resultados obtenidos podemos ver que a través de los años se han venido creando nuevos establecimientos para responder a la demanda de parte de los extranjeros que visitan la ciudad. (Ver gráfico 2)



3- AREA DE SERVICIO AL QUE PERTENECEN

AREA DE SERVICIO	CANTIDAD
HOTEL-HOSPEDAJE	18
BAR-RESTAURANTE	10
CAFETIN-COMEDOR	8
MUSEO	1
CYBER	10
LUGAR DE CULTURA	1
LUGAR DE ENTRETENIMIENTO	1
LUGAR DE INFORMACION	1
TOTAL	50

Según las encuestas realizadas podemos ver que la presencia de establecimientos que prestan servicios a extranjeros está dominada por los hospedajes, hoteles, bares, restaurantes y cybers. (Ver gráfico 3)



4- CANTIDAD DE EXTRANJEROS QUE VISITAN LOS ESTABLECIMIENTOS MENSUALMENTE

CANTIDAD DE TURISTAS	No. DE ESTABLECIMIENTOS
10	2
15	2
20	2
30	2
40	4
45	1
50	2
56	1
60	4
80	4
90	2
95	1
100	3
120	4
130	2
150	4
200	2
250	1
300	1
350	1
400	1
450	2
470	1
800	1
TOTAL	50

Los establecimientos encuestados en su mayoría dicen que mensualmente son visitados por diferentes cantidades de turistas dependiendo de la época pero en general lo que predomina es entre 40 y 150 cada mes. (Ver gráfico 4)



5- CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DEL ESTABLECIMIENTO

CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO	No. DE ESTABLECIMIENTOS
3	2
6	2
7	2
8	2
10	1
17	1
22	1
30	6
38	1
40	8
45	2
48	1
50	8
52	1
60	4
75	1
76	1
80	2
110	1
120	1
350	1
300	1
TOTAL	50

De las encuestas realizadas pudimos observar que los establecimientos la mayoría alojan entre 40 y 50 personas en su local, hay algunos que tienen capacidad para grandes cantidades como unas 100 y 120 personas. (Ver gráfico 5)

6-TEMPORADA DEL AÑO DE MAYOR DEMANDA

TEMPORADA	No. DE ESTABLECIMIENTOS
SEMANA SANTA	17
FIESTAS PATRONALES	4
NAVIDAD	19
OTRAS	10
TOTAL	50



Según los resultados observados hemos podido darnos cuenta que la época del año en que hay mayor demanda turística de parte de los extranjeros es en navidad o diciembre ocupando un 38%, mientras que semana santa ocupa el 34%, otras el 20% y las fiestas patronales con un 8%. (Ver gráfico 6)

7-TIEMPO QUE PERMANECEN EN EL NEGOCIO

TIEMPO	No. DE ESTABLECIMIENTOS
15 MINUTOS	1
1 HORA	8
2 HORAS	6
3 HORAS	6
4 HORAS	2
6 HORAS	2
2 DIAS	12
3 DIAS	8
4 DIAS	2
1 SEMANA	2
2 SEMANAS	1
TOTAL	50

Con el estudio realizado podemos darnos cuenta que en la mayoría de los establecimientos los turistas permanecen 2 días representando un 24% del total encuestado. Estos valores varían ya que están de acuerdo al servicio que se presta, representando un 16% los 3 días y 1 hora, mientras que los otros valores como el de 2 y 3 horas están en un 12%, los que corresponden a 4 y 6 horas, 4 días y 1 semana obtienen el 4% cada uno y el que permanece 15 minutos y 2 semanas ocupan solo un 2% cada uno. (Ver gráfico 7)



8-COSTO DEL SERVICIO (EN DOLARES)

CANTIDAD MONETARIA	No. DE ESTABLECIMIENTOS
\$0-\$1	12
\$1-\$5	13
\$5-\$10	10
\$10-\$15	3
\$15-\$20	2
\$20+	10
TOTAL	50

Los resultados obtenidos de la muestra expresan que el 26% de los encuestados brindan sus servicios en el rango de 1 a 5 dólares ajustándose a las condiciones de los visitantes, un 24% están entre 0 que son los que prestan servicios gratuitos como información turística y 1 que son en su mayoría cybers, un 20% están entre 5-10 y 20 a más, 6% entre 10 a 15 y un 4% en el rango de 15 a 20. (Ver gráfico 8)

9-CANTIDAD DE TRABAJADORES EN LOS ESTABLECIMIENTOS EN LOS ULTIMOS TRES AÑOS.

AÑOS	CANTIDAD DE TRABAJADORES
2003	244
2004	254
2005	298
TOTAL	796

Se observó que en un total de 50 establecimientos encuestados ha habido un crecimiento laboral notable en los últimos tres años. (Ver gráfico 9)

**9.1-EMPLEADOS EN EL 2003 SEGÚN NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS**

CANTIDAD DE TRABAJADORES	No. DE ESTABLECIMIENTOS
0	8
1	2
2	8
3	5
4	4
5	2
6	4
7	8
9	1
10	4
11	1
12	1
15	1
16	1
TOTAL	50

Se observó en la muestra que los establecimientos en el 2003 en su mayoría tenían de 2 a 7 empleados, otros tienen 0 empleados ya que no estaban funcionando como tal en ese entonces, mientras que hay quienes tienen desde 10 hasta 16 empleados pero son solamente el 2% de cada uno, otros tiene 3, 4, 5 y 6 empleados ocupando estos un 2,4 y 8% de la muestra. (Ver gráfico 9.1)



9.2-EMPLEADOS EN EL 2004 SEGÚN NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

CANTIDAD DE TRABAJADORES	No. DE ESTABLECIMIENTOS
0	8
2	14
3	2
4	4
5	2
6	3
7	2
8	2
9	8
10	1
12	1
14	1
15	1
20	1
TOTAL	50

De la muestra encuestada se pudo observar que el 28% de los establecimientos tienen solamente 2 empleados, otros con un 16% tienen 0 y 9 empleados, también de 10 hasta 20 empleados con una representación de 2% cada uno. (Ver gráfico 9.2)

9.3-EMPLEADOS EN EL 2005 SEGÚN NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

CANTIDAD DE TRABAJADORES	No. DE ESTABLECIMIENTOS
1	1
2	12
3	5
4	4
5	3
6	2
7	8
8	5
9	5
12	2
13	1
20	1
25	1
TOTAL	50



Según los resultados obtenidos podemos ver que este año los establecimientos tienen un nivel más alto de empleados siendo una gran mayoría de 2 personas por establecimiento con un 24%, un 16% tienen 7 empleados, un 10% con 3, 8 y 9 empleados, 8% con 4, 6% con 3, 4% con 6 y 12 empleados, 2% con 1, 13, 20 y 25 empleados. (Ver gráfico 9.3)

10-SI EL NEGOCIO UTILIZA PUBLICIDAD O NO

PUBLICIDAD	No. DE ESTABLECIMIENTOS
SI	36
NO	14
TOTAL	50

Según los resultados observados podemos ver que el 72% de los establecimientos utilizan publicidad para atraer a sus clientes potenciales, mientras que el 28% no utiliza. (Ver gráfico 10)

10.1-TIPO DE PUBLICIDAD UTILIZADA

TIPO DE PUBLICIDAD	No. DE ESTABLECIMIENTOS
PAGINA WEB	5
T.V	1
RADIO	8
PRENSA	2
VOLANTES	3
REVISTA	1
BROCHURS	14
MANTA	1
BARATAS	1
TOTAL	36

De las encuestas realizadas el 72% utiliza publicidad, de ese porcentaje el 38.8% utiliza Brochurs, el 22% Radio, el 13.8% paginas Web, el 8.3% Volantes, el 5.5% Prensa y Televisión, Revistas, Manta y Baratas el 2.7% cada una. (Ver gráfico 10.1)



11-ATRACTIVO DEL NEGOCIO PARA EL TURISTA

ATRACTIVO	No. DE ESTABLECIMIENTOS
AMBIENTE	10
PRECIO	8
CALIDAD	3
ATENCION	8
HIGIENE	2
UBICACIÓN	10
INFRAESTRUCTURA	5
PRIVACIDAD	1
VARIEDAD DE OFERTA	1
CONDICIONES	2
TOTAL	50

Los resultados obtenidos de la muestra expresan que el mayor atractivo de los establecimientos es el ambiente y la ubicación ocupando éstos un 20%, también es un gran atractivo el precio y la atención representado con un 16% cada uno, la infraestructura ocupa un 10%, las condiciones e higiene tienen un 4% y la privacidad y variedad de oferta con un 2% cada una. (Ver gráfico 11)

12-SI SON ADECUADOS O NO LOS NIVELES DE INVERSION TURISTICA EN LA CIUDAD.

OPINION	No. DE ESTABLECIMIENTOS
SI	20
NO	30
TOTAL	50

De la muestra encuestada podemos observar que el 40% de los dueños de establecimientos opina que SI está de acuerdo con los niveles de inversión en la ciudad, mientras que el 60% dice que NO son adecuados los pocos proyectos que se han realizado. (Ver gráfico 12)



13-INVERSION EN MEJORAR LAS CONDICIONES DE LOS ESTABLECIMIENTOS

INVERSION	No. DE ESTABLECIMIENTOS
SI	38
NO	12
TOTAL	50

Se observó que el 76% de los establecimientos encuestados ha invertido para mejorar las condiciones del local, mientras que el 24% no ha invertido en mejoras. (Ver gráfico 13)

13.1- MOTIVO DE LA INVERSION

MOTIVO DE LA INVERSION	No. DE ESTABLECIMIENTOS
BRINDAR MEJOR ATENCION	18
AUMENTÓ LA DEMANDA	20
TOTAL	38

Del 76% que ha invertido en mejoras de su negocio, el 47% lo hizo para brindar una mejor atención y el 53% se vio obligado a hacerlo debido a que se demanda aumentó. (Ver gráfico 13.1)



ENCUESTA A EXTRANJEROS

1- SEXO

SEXO	No. DE EXTRANJEROS
FEMENINO	126
MASCULINO	84
TOTAL	210

De la muestra encuestada, el 60% son mujeres y el 40% hombres por lo que visitan más mujeres que varones la ciudad. (Ver gráfico A)

2- PAIS DE ORIGEN

PAIS DE ORIGEN	No. DE EXTRANJEROS
ALEMANIA	16
ESTADOS UNIDOS	108
NORUEGA	36
ISRAEL	5
DANESIA	1
ESPAÑA	2
SUIZA	2
AUSTRALIA	9
COSTA RICA	5
EL SALVADOR	6
CHINA	8
CANADA	8
HONDURAS	1
HOLANDA	3
TOTAL	210

Del total de la muestra encuestada el 52% son de nacionalidad Estadounidense, el 18% son Noruegos, el 8% Alemanes, el 4% Australianos, Chino y Canadienses, el 2% Costarricenses e Israelíes, el 1% Holandeses, Españoles y Suizos, y el 0% de Hondureños y Daneses. (Ver gráfico B)



3- LUGAR DE ALOJAMIENTO

LUGAR DE ALOJAMIENTO	No. DE EXTRANJEROS
HOTEL AVINA	3
VIA VIA	8
BIG FOOT	14
CASA IGUANA	36
CASA SANTIAGO	4
HOTEL COLONIAL	8
HOTEL EUROPA	6
CASA COLIBRI	8
HOSTAL CASA LEONESA	3
HOTEL LOS BALCONES	5
HOTEL LACAYO	4
HOTEL SAN JUAN D LEON	15
HOTEL EL CONVENTO	5
APARTAMENTO	8
HOTEL SUYAPA BEACH	18
HOTEL LA PALMERA	6
HOTEL LA CASONA	7
FAMILIARES	15
HOTEL BARCA DE ORO	9
LA POSADA DEL DOCTOR	17
HOTEL AUSTRIA	5
HOTEL LAS ROCAS	6
TOTAL	210

Según las encuestas realizadas podemos observar que los diferentes lugares de alojamiento tienen una demanda considerable de acuerdo a las condiciones que cada uno ofrece. (Ver gráfico C)



4- MOTIVO DEL VIAJE

MOTIVO DEL VIAJE	No. DE EXTRANJEROS
VACACIONES	115
ESTUDIOS	53
NEGOCIOS	16
VISITA A AMIGOS	16
VISITA A FAMILIARES	7
OTROS	3
TOTAL	210

Se observó que de un total de 210 turistas extranjeros encuestados, el 55% vienen a la ciudad a pasar sus vacaciones, el 25% por estudios, el 8% por negocios y a visitar amigos, el 3% a visitar a familiares y el 1% a otras actividades. (Ver gráfico D)

5- ESTADIA EN LA CIUDAD

TIEMPO DE ESTADIA	No. DE EXTRANJEROS
2 DIAS	32
3 DIAS	25
4 DIAS	8
1 SEMANA	44
2 SEMANAS	10
1 MES	29
2 MESES	14
3 MESES	48
TOTAL	210

Del total de los extranjeros encuestados, el 22% viene por 2 días, el 21% por 1 semana, el 15% por 3 meses, el 14% por 1 mes, el 12% por 3 días, el 7% por 2 meses, el 5% por 2 semanas y el 4% por 4 días.(ver gráfico E)



6- GASTO EN LA ESTADIA EN LA CIUDAD

GASTO DE ESTADIA	No. DE EXTRANJEROS
\$50-\$100	21
\$100-\$200	23
\$300+	166
TOTAL	210

Se observó en la muestra que los turistas extranjeros en su mayoría gastan más de \$300 durante su estadía en la ciudad, representando un 79% del total encuestado, mientras que en pequeñas proporciones están los que gastan entre 100 y 200 dólares con 11% y los que gastan entre 50 y 100 dólares con un pequeño porcentaje de 9%.(ver gráfico F)

7- LUGARES QUE MÁS HAN VISITADO

ATRATIVOS VISITADOS	No. DE EXTRANJEROS
IGLESIAS	90
MUSEOS	15
DISCOS	39
OTROS	66
TOTAL	210

Los resultados obtenidos mostraron que el 43% de los turistas han visitados las iglesias de la ciudad, el 31% otros lugares atractivos como las playas, el 19% las discos y el 7% los museos. (Ver gráfico G)



8- MEDIOS DONDE SE DIERON CUENTA DE LA EXISTENCIA DE LEON

MEDIOS	No. DE EXTRANJEROS
INTERNET	59
AGENCIA DE VIAJES	8
GUIA TURISTICA	41
FAMILIARES	15
AMIGOS	47
OTROS	40
TOTAL	210

De los extranjeros encuestados la mayoría se dio cuenta de la existencia de León a través de Internet siendo éste de un 28% del total, un 22% a través de amigos, un 20% por su guía turística, 19% a través de otros medios, 7% a través de familiares y 4% en las agencias de viajes. (Ver gráfico H)

9-LA ATENCION EN LOS ESTABLECIMIENTOS

ESCALA	No. DE EXTRANJEROS
EXCELENTE	80
BUENA	120
REGULAR	10
TOTAL	210

Según los resultados observados, de un total de 210 TURISTAS EXTRANJEROS encuestados, el 57% consideran que la atención recibida en los establecimientos visitados es buena, el 38% la describen como excelente y un 4% dicen que es regular. (Ver gráfico I)



10-LAS CONDICIONES DE LOS ESTABLECIMIENTOS

ADECUADAS	No. DE EXTRANJEROS
SI	156
NO	54
TOTAL	210

Los resultados obtenidos mostraron que el 74% de los turistas coinciden en que las condiciones de los establecimientos que han visitado son adecuadas para ellos como turistas y el 26% considera que hace falta mejoras para poder satisfacer sus deseos, por lo tanto dicen que no encuentran adecuadas las condiciones que les ofrecen. (Ver gráfico J)

11-FRECUENCIA CON QUE VISITAN LA CIUDAD

FRECUENCIA	No. DE EXTRANJEROS
PRIMERA VEZ	119
CADA 6 MESES	17
ANUAL	42
OTROS	32
TOTAL	210

Se observó en la muestra que los TURISTAS EXTRANJEROS en su mayoría visitan la ciudad por primera vez siendo éstos un 57% del total de los encuestados, un 20% vienen anual, 15% cada vez que pueden y una minoría del 8% lo hacen cada 6 meses. (Ver gráfico K)



ENCUESTAS A ESTUDIANTES

1-LUGAR DE ORIGEN

ORIGEN	No. DE ALUMNOS
LEON	15
ESTELI	1
MALPAISILLO	2
PUERTO CABEZAS	1
LOS SARZALES	1
TOTAL	20

Según los resultados observados, de un total de 20 alumnos encuestados, el 75% son originarias de León, el 5% de Esteli, el 10% de Malpaisillo, el 5% de Puerto Cabezas y otro 5% de Los Zarzales. (Ver gráfico I)

2-IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LEÓN.

OPINION	No. DE ALUMNOS
SI	20
NO	0
TOTAL	20

Los resultados obtenidos de la muestra expresan que el 100% de los alumnos están de acuerdo que el turismo extranjero en León es una fuente importante de crecimiento. (Ver gráfico II).

3-OPINION ACERCA DE SI SE CONSERVA ADECUADAMENTE EL PATRIMONIO DE LA CIUDAD.

OPINION	No. DE ALUMNOS
SI	4
NO	16
TOTAL	20

Se observó que de un total de 20 alumnos encuestados, la mayoría (80%) piensa que el patrimonio histórico-cultural de León NO ha sido bien conservado, mientras que una pequeña minoría (20%) considera que SI se ha conservado adecuadamente. (Ver gráfico III).



4-OPINION ACERCA DE QUE SI LA AFLUENCIA DE TURISTAS EXTRANJEROS EN LA CIUDAD CONTRIBUYE O NO A LA CREACION DE EMPLEOS.

OPINION	No. DE ALUMNOS
SI	18
NO	2
TOTAL	20

Se observó en la muestra que los alumnos en su mayoría (90%) opinan que la afluencia de turistas extranjeros en la ciudad es una oportunidad que tiene la población para mejorar la situación laboral, una minoría del 10% cree que no es suficiente la sola presencia de los extranjeros para crear empleos. (Ver gráfico IV)

5- LA PROMOCION DEL TURISMO LEONES ANTE LOS EXTRANJEROS

OPINION	No. DE ALUMNOS
BUENA	10
MALA	10
TOTAL	20

Según los resultados obtenidos las opiniones están divididas ya que el 50% de los alumnos encuestados dicen que la promoción del turismo ante los extranjeros es buena mientras que el otro 50% opina que es mala. (Ver gráfico V).

6- SE CUMPLE LA LEY DE OFERTA = DEMANDA EN EL MERCADO TURISTICO DE LEON

OPINION	No. DE ALUMNOS
SI	9
NO	11
TOTAL	20

De los estudiantes encuestados la mayoría piensa que en León no se da una equidad entre oferta y demanda, siendo un 45% quienes dicen que si hay igualdad entre los factores y un 55% opinan que no. (Ver gráfico VI)



7-LOS PROYECTOS EJECUTADOS POR EL GOBIERNO MUNICIPAL EN PRO DEL TURISMO SON LOS ADECUADOS O NO

OPINION	No. DE ALUMNOS
SI	5
NO	15
TOTAL	20

Los resultados obtenidos mostraron que el 75% de los alumnos opinan que los proyectos que ejecuta el gobierno municipal en pro del turismo no son los adecuados y solo un 25% creen que si lo son. (Ver gráfico VII).



Capítulo V

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

ESTABLECIMIENTOS

La cantidad de establecimientos que prestan servicios a turistas extranjeros en los últimos años ha crecido considerablemente, teniendo éstos poco tiempo de existencia y siguen abriéndose nuevos locales debido a la afluencia de turistas que cada vez es mayor. Esto es notorio en la asistencia mensual en cada establecimiento especialmente en hoteles y sitios históricos de la ciudad.

Los negocios se preparan para recibir a los turistas de acuerdo a la época ya que deben adecuar las condiciones y servicios, siendo las de mayor atracción Semana Santa y Navidad, aunque no hay que omitir la temporada de invierno que debido a la diferencia de clima y tiempo de vacaciones en otros países las personas optan por vivir nuevas experiencias.

Cada establecimiento presenta su variedad de precios de acuerdo a su estructura procurando no pasar los límites monetarios a que están dispuestos a pagar sus clientes. A su vez toman medidas estratégicas al observar el aumento de visitantes, creando oportunidades laborales para poder acaparar su demanda. Además invierten en mejoras de las condiciones del local con el fin de obtener mayores ingresos, dar mejor atención al cliente y aumentar la demanda que tiene manteniendo su propio atractivo acompañado por los medios publicitarios que le permiten dar a conocer su oferta.

Sin duda alguna es importante que éstos sigan creciendo cada vez más ya que estamos ante un mundo globalizante al que poco a poco vamos entrando y al que se debe dar frente, permitiendo lograr la satisfacción del consumidor.



Hemos podido observar que a lo largo de éstos tres últimos años se ha beneficiado económicamente a la ciudad y se ha generado un mejor nivel de vida en los ciudadanos, con la creación de empleos que para el 2003 eran 244 personas empleadas, para el 2004 eran 259 y para el 2005 habían empleadas 298 personas aproximadamente, lo que indica que ha incrementado el nivel laboral aunque sea en pequeñas proporciones.

Basándose en el rumbo que hasta hoy ha tomado el turismo, que ha venido creciendo hasta representar un papel de primer orden los establecimientos evalúan su oferta con el fin de diseñar planes de organización que facilitan su desarrollo.

TURISTAS EXTRANJEROS

La ciudad de León es visitada por un gran número de turistas extranjeros en su mayoría mujeres. Gran parte de éstos son de nacionalidad Norteamericana, aunque también los países Europeos tienen su representación significativa. Muchos de éstos buscan un lugar donde recrearse y descansar, siendo León su alternativa y otros llegan en busca de intercambio de conocimientos tanto culturales como profesionales. También hay quienes son atraídos a invertir en la mejoría de la ciudad creando nuevos ambientes y obteniendo beneficios mutuos.

La presencia de turistas extranjeros ha sido más notoria en los últimos años quienes cada vez vienen por más tiempo a disfrutar de lo que la ciudad ofrece generando mayores ingresos a la población los cuales oscilan entre los 50, 000 a 55, 000 dólares que equivalen a unos 950, 000 o 100, 000 córdobas cada trimestre aproximadamente, siendo esto en las temporadas de poca afluencia, ingresos que a la vez se invierten en nuevos proyectos de mejoría para dar mejores servicios.

Lo que atrae al turista a visitarnos es la estructura colonial, teniendo mayor relevancia los majestuosos templos ricos en historia, además de sus



hermosas playas que son una alternativa de deporte y diversión para aquellos que les gusta vivir nuevas aventuras.

La tecnología ha sido un factor importante en el crecimiento de León, gracias a ella se ha dado a conocer a nivel internacional como destino turístico ya que la mayoría de los extranjeros que han visitado la ciudad realizaron sus contactos a través de Internet, los que se sienten satisfechos con las atenciones recibidas por parte de los establecimientos que han visitado, aunque siempre surgen inquietudes por la diferencia de idiomas, pero aun así ellos consideran adecuadas las condiciones que se les ofrece en cada local.

Esto motiva a tomar conciencia de nuestro patrimonio e importancia económica que tiene éste rubro para el desarrollo de la ciudad.

ESTUDIANTES

Los estudiantes encuestados en su mayoría pertenecen a la ciudad de León.

El turismo extranjero contribuye al desarrollo de la ciudad y la lleva a crecer económicamente ya que es un sector altamente rentable que dinamiza la economía sirviendo como mecanismo para impulsar la nueva fuente de progreso debido a que en León existe un gran potencial que explotar, el cual representa una enorme oportunidad la que debe ser considerada de forma especial a tal punto que se ha de trabajar arduamente para que sea convertida en la principal fortaleza.

Aunque no se ha conservado adecuadamente el patrimonio histórico-cultural de la ciudad, León se ha convertido en una de las ciudades de mayor atracción turística mejorando poco a poco su nivel de vida.

La presencia de turistas provoca que las cadenas hoteleras en conjunto con la Cámara de Comercio se capaciten y creen guías y mapas turísticos para ofrecer un mejor servicio debido a que el turismo se promociona pero carece de inversión y las condiciones no son adecuadas de acuerdo con la capacidad,



aunque se han hecho esfuerzos con los pocos recursos económicos que se tienen. La promoción y la publicidad son aspectos de relevante importancia para atraer a muchos consumidores y los empresarios turísticos están consientes de esto, pero no se preocupan por darle mayor atención.

La demanda turística excede la oferta, que posee ciertas debilidades, ya que en su mayoría los extranjeros tienen muchas exigencias y no reunimos las características que pueden satisfacerlos, debido a los escasos y deficientes recursos monetarios, pero a pesar de este punto en su contra se puede observar un incremento sustancial de algunas empresas privadas, mayor presencia de hoteles y restaurantes, un índice de crecimiento paulatino del turismo reflejando una mayor afluencia de extranjeros.

El gobierno municipal no se ha preocupado por promover lo que se posee, existe poca infraestructura atractiva, ya que hay una mala organización en la ejecución de proyectos, lo que se ha hecho es poco pero a pesar de esto la ciudad presenta su buena imagen faltando aun camino que recorrer ya que no se le ha dado la prioridad que merece como una actividad económica que genera ingresos significativos, crea empleo y eleva el nivel de vida de los ciudadanos.



CONCLUSIONES

Al finalizar nuestro trabajo podemos decir lo siguiente:

- León posee mucho más potencial turístico de lo que nos imaginamos, lo cual es un punto de partida de elevada importancia para salir del subdesarrollo, ya que los extranjeros no deciden viajar por un lugar específico sino por un conjunto de atractivos que admirar y diversas actividades que realizar, algo de lo que León no carece, el punto crítico está en que no existe un producto turístico completo que sea difundido a través de campañas publicitarias que puedan atraer a los consumidores actuales y los potenciales.
- Esta es una ciudad rica en cultura, tradiciones, arquitectura colonial, atractivos lugares, cuna de grandes poetas y gente laboriosa, amable y acogedora, lo cual representa un enorme potencial para el turismo que ha venido a ser una opción explotable generadora de fuentes de empleo y divisas para la economía, contribuyendo a la reducción de los altos índices de pobreza.
- Cabe destacar que el turismo en León hoy en día es una actividad poco desarrollada debido por un lado a la falta de apoyo financiero para promover y acondicionar los sitios con potencial y por otro a la falta de una oferta completa y atractiva que cumpla con las exigencias de los consumidores.



- El Gobierno Municipal no ha dado la atención que merece a este rubro ya que no se ha preocupado por mejorar y aumentar la oferta, los pocos proyectos que ha implementado no han sido satisfactorios ya que carecen de calidad como es el caso de la Oficina de Información Turística que no tiene una buena presentación.
- El turismo produce unos favorables efectos de gran repercusión económica, debido a un alto componente agregado incorporado al elevado efecto de la demanda y a su correspondiente exigencia de inversión en infraestructura y equipamiento. Tiene gran impacto sobre el empleo y la estabilidad económica de muchos países.
- El personal de servicio en los diferentes establecimientos no es el adecuado para recibir a los extranjeros ya que necesitan mayor capacitación y presentación.
- La población no está completamente preparada para recibir extranjeros, debido a esto no cooperara en la conservación de la apariencia de la ciudad.
- No hay estudios concretos que identifiquen la verdadera problemática de este rubro.



RECOMENDACIONES

- Aprovechar al máximo el potencial turístico que posee la ciudad para mejorar el nivel de vida de la población.
- Mejorar la capacitación del personal de servicio de los diferentes establecimientos.
- Crear una nueva y mejor imagen de la ciudad que beneficie a los empresarios en general a través de estrategias publicitarias que fomenten el desarrollo turístico local y se traduzca en una ganancia monetaria para la ciudad.
- Que el Gobierno Municipal le dé prioridad al sector turístico como fuente de desarrollo que genera ingresos significativos, ejecutando proyectos de mejoría que permitan tener una buena presentación.
- Que se retomen actividades de carácter recreativo como las famosas Tertulias Leonesas que formaban parte del atractivo de la ciudad.
- Que se realicen estudios similares a éste con el fin de darle seguimiento a las debilidades que presenta éste mercado.



BLIOGRAFIA

- El Nuevo Diario. Managua. Nicaragua, enero 16, 2006.
- Dossier bienes inmuebles patrimoniales de León.
Instituto de cultura
Managua 1994
- Boletín de estadísticas de turismo.
INTUR 2003-2004-2005
- Sitios Web
[Http/www.laprensa.com.ni/cgi-bin/search.pl](http://www.laprensa.com.ni/cgi-bin/search.pl)
[Http/www.laprensa.com.ni/búsqueda/](http://www.laprensa.com.ni/búsqueda/)
[Http/www.altavista.com](http://www.altavista.com)
[Http/www.google.com.ni](http://www.google.com.ni)
[Http/www.intur.gob.ni](http://www.intur.gob.ni)
- El Turismo ¿es todo ventaja?
Despertad
Agosto del 2005
- Metodología de la investigación
2da. Edición
Elia Beatriz Pineda
Eva Luz de Alvarado
Francisco H. de Canales
- Proyecto de Inversión Anual
Alcaldía municipal de León
2003-2005.



GLOSARIO

Turista: visitantes residentes en el extranjero, que temporalmente permanecen en un país un mínimo de 24 horas. Las finalidades de su viaje pueden ser: placer, distracción, vacaciones, salud, instrucción, religión, deporte, familia, negocios, oficiales, misiones y reuniones, entre otras.

Turismo receptivo: se define como la recepción en nuestro país de visitantes residentes en el extranjero que nos visitan de forma temporal. Es el tipo de turismo que se le da más énfasis por ser el que genera mayores ingresos.

Oferta: propuesta para contratar. Presentación de mercancías o servicios en solicitud de venta o empleo, la abundancia o escasez de oferta en relación con la demanda es uno de los factores determinantes de alta o baja de los precios, los cambios a su vez pueden alterar la importancia o volumen de la oferta.

Demanda: cantidad de una mercancía o de un servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y en un periodo determinado.

Inversión: acción y efectos de invertir. Adquisición por parte de un individuo o una colectividad de bienes de capital para aumentar la producción. Parte no consumida de la renta disponible en un periodo de un año.

Empleo: ocupación laboral que desempeña alguien para ganarse la vida. Nivel de ocupación de los trabajadores de un país o de una profesión.

Potencial: que tiene o encierra en si potencia o que pertenece a ella.

Ingresos: acción de ingresar cantidades monetarias o productos en un determinado lugar.



ANEXOS



ESTABLECIMIENTOS VISITADOS

HOTELES Y HOSPEDAJES	CYBERS
Hotel Europa	León Net
Hotel America	Llamadas Mundiales
Hotel San Juan de León	Club en Conexión
Hotel La Posada de Doctor	Web Café
Hotel Austria	Fast
Hotel Colonial	Cámara de Comercio
Hotel Grand Hotel	Center
Hotel Los Balcones	Alfanet
Hotel El Convento	Milenio
Hotel Suyapa	Nov@
Hotel Lacayo	LUGAR DE CULTURA
Hotel La Posada	Casa de Cultura Antenor Sandino
Hospedaje Casa Vieja I	LUGAR DE INFORMACION
Hospedaje Via Via	Oficina de Información Turística
Hospedaje Big Foot	BAR Y RESTAURANTE
Hospedaje Casa Leonesa	Taquezal
Hospedaje Iguana	Solera
COMEDOR Y CAFETERIA	Álamo
Cafetín Puerto Café Benjamín Linder	Pasarela Universitaria
Cafetín La Casona	Payitas
Cafetín Casa Vieja	Sesteo
Cafetín Miriam	Guadalajara
Comedor Stefanie Michelle	La Chinita
Comedor Sara	El Matchico
Comedor Buena Cuchara	Captus
Comedor Buen Gusto	
Comedor Lucia	
Comedor El Carmen	



RESULTADOS

ENCUESTAS A ESTABLECIMIENTOS

GRAFICO 2



GRAFICO 3

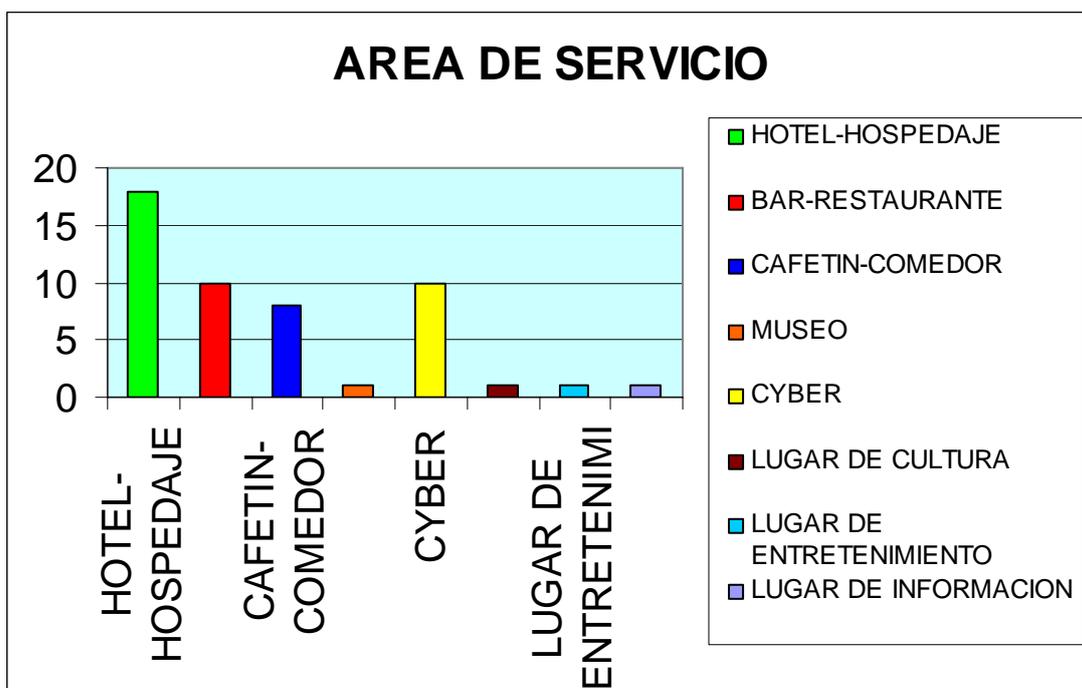




GRAFICO 4

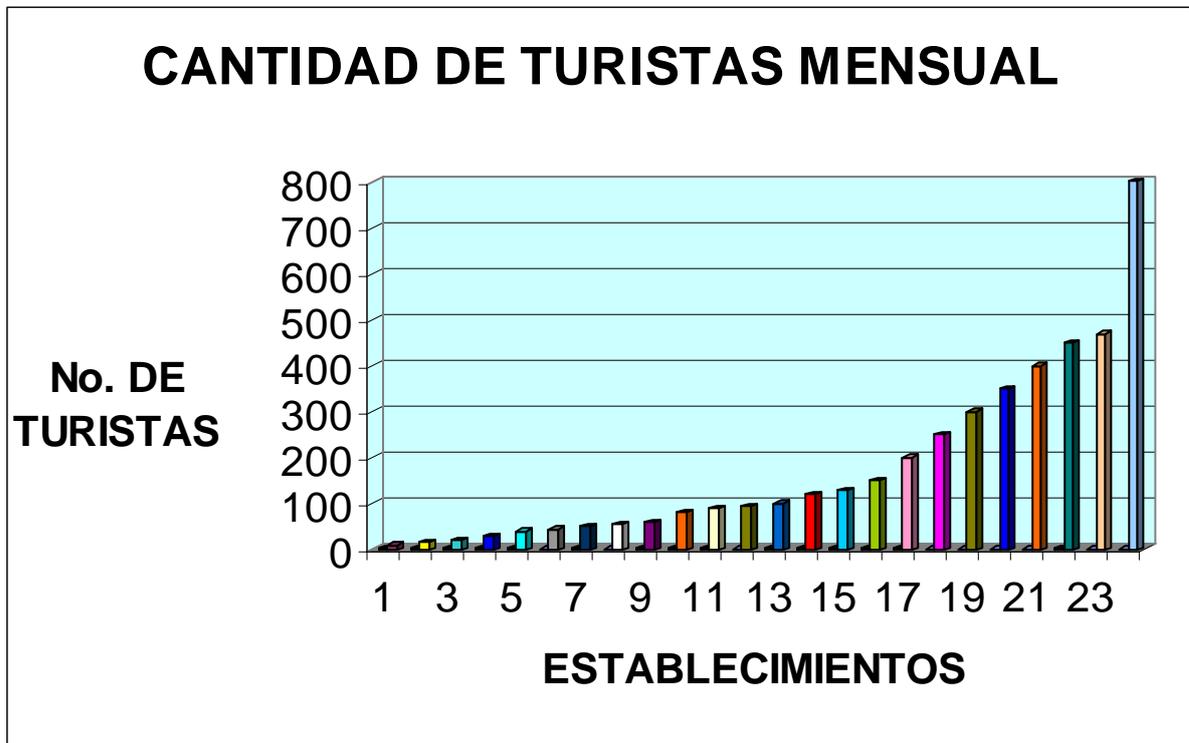


GRAFICO 5

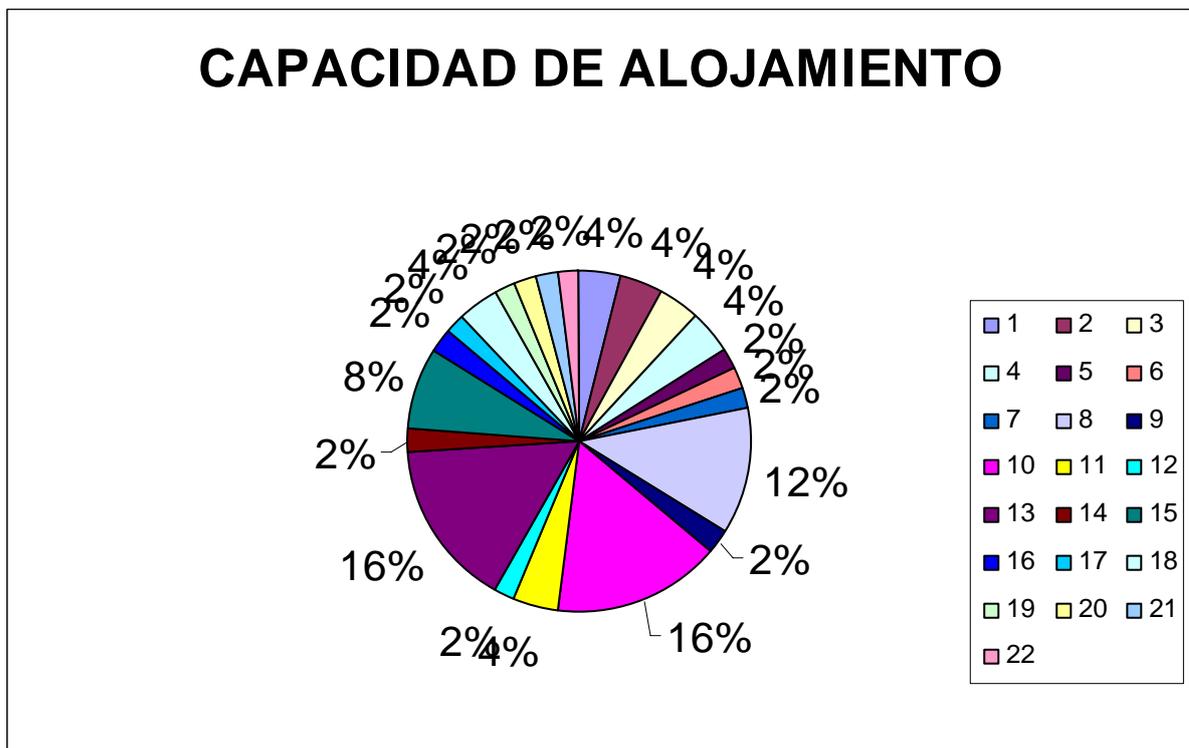




GRAFICO 6

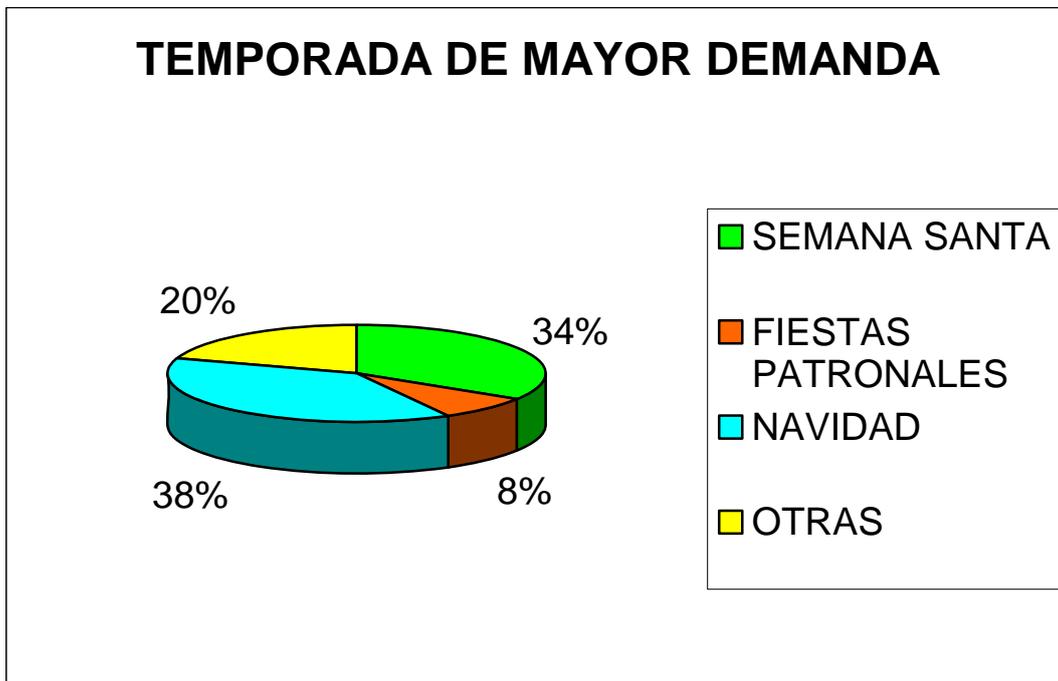


GRAFICO 7

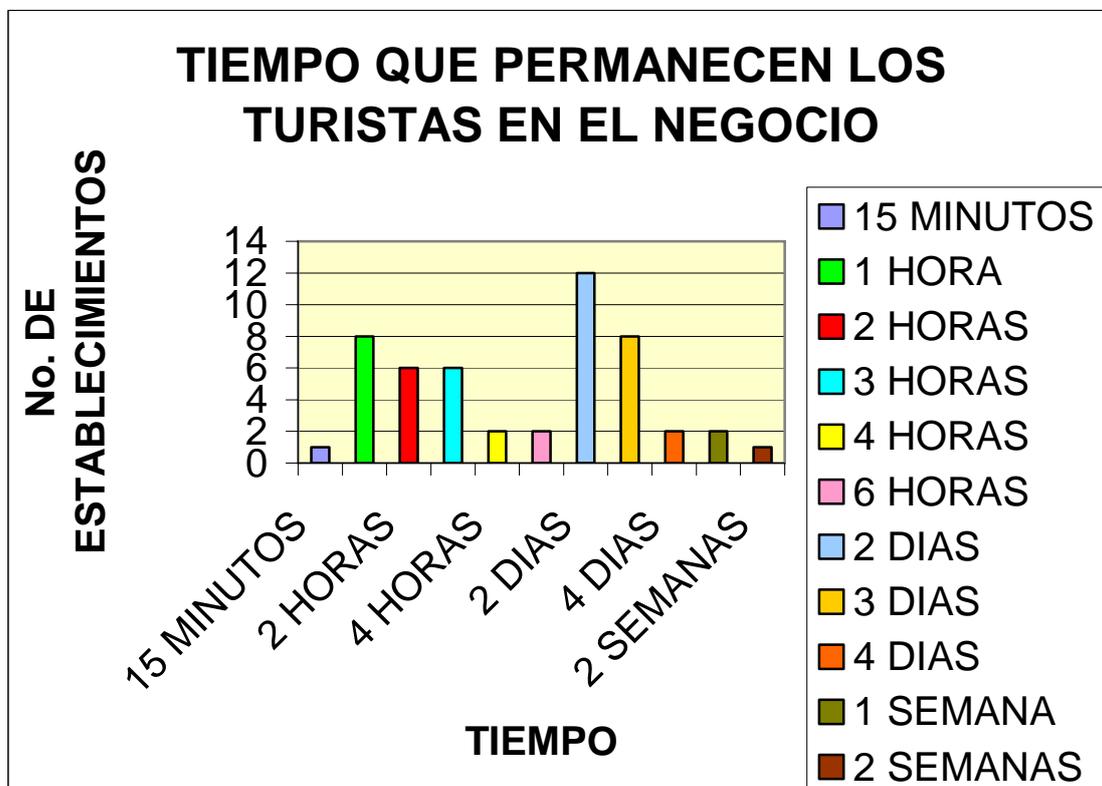




GRAFICO 8

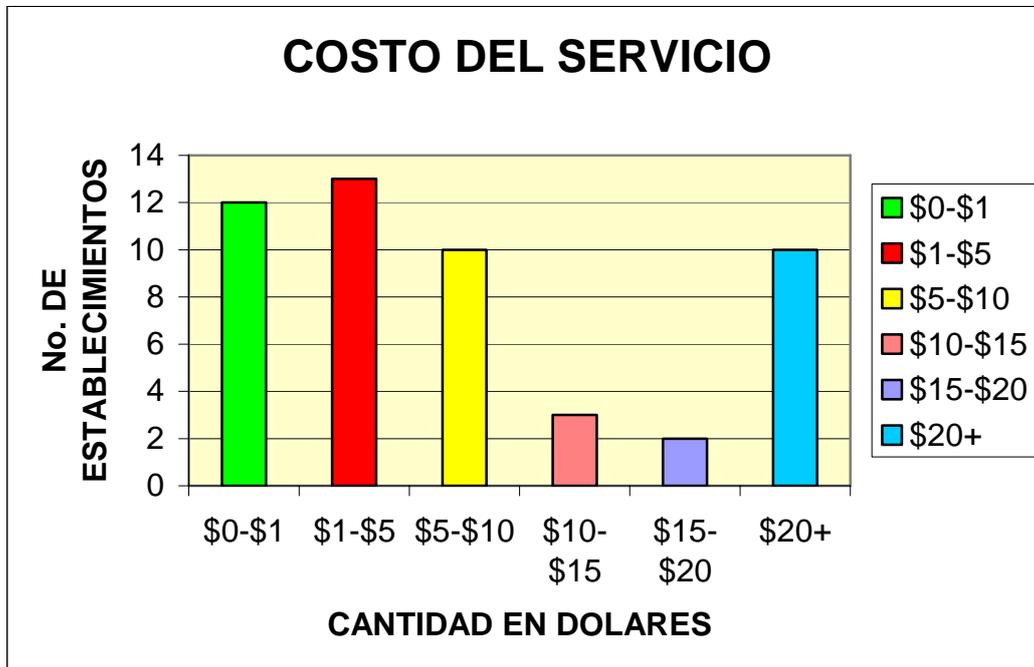


GRAFICO 9

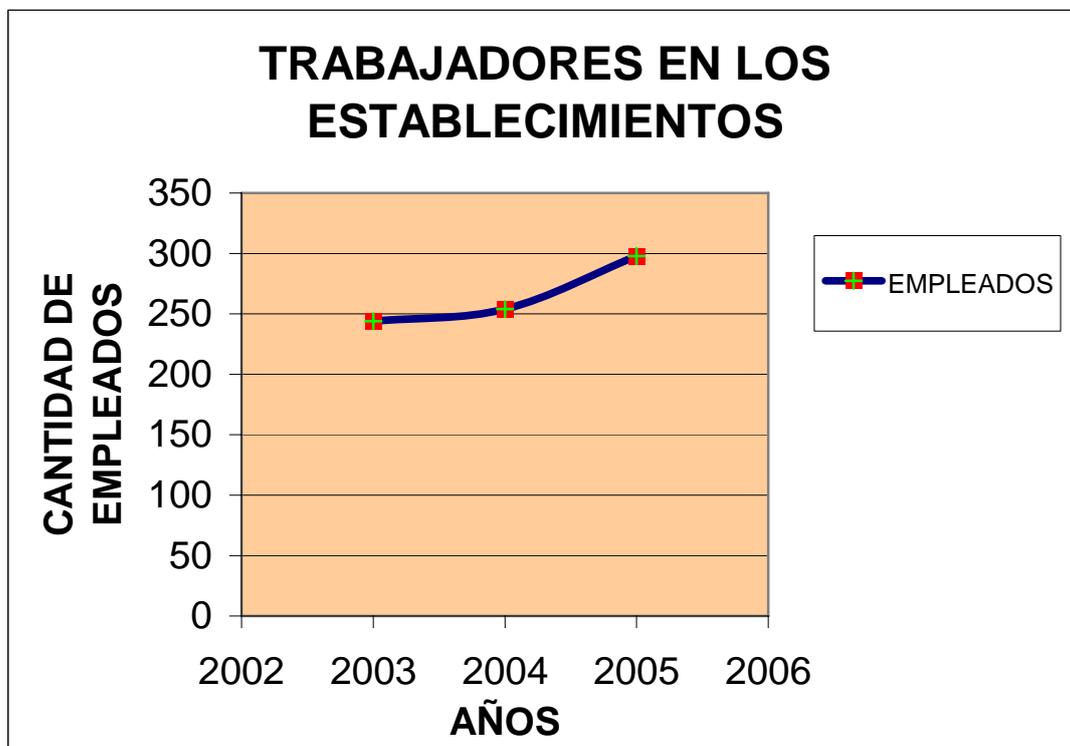




GRAFICO 9.1

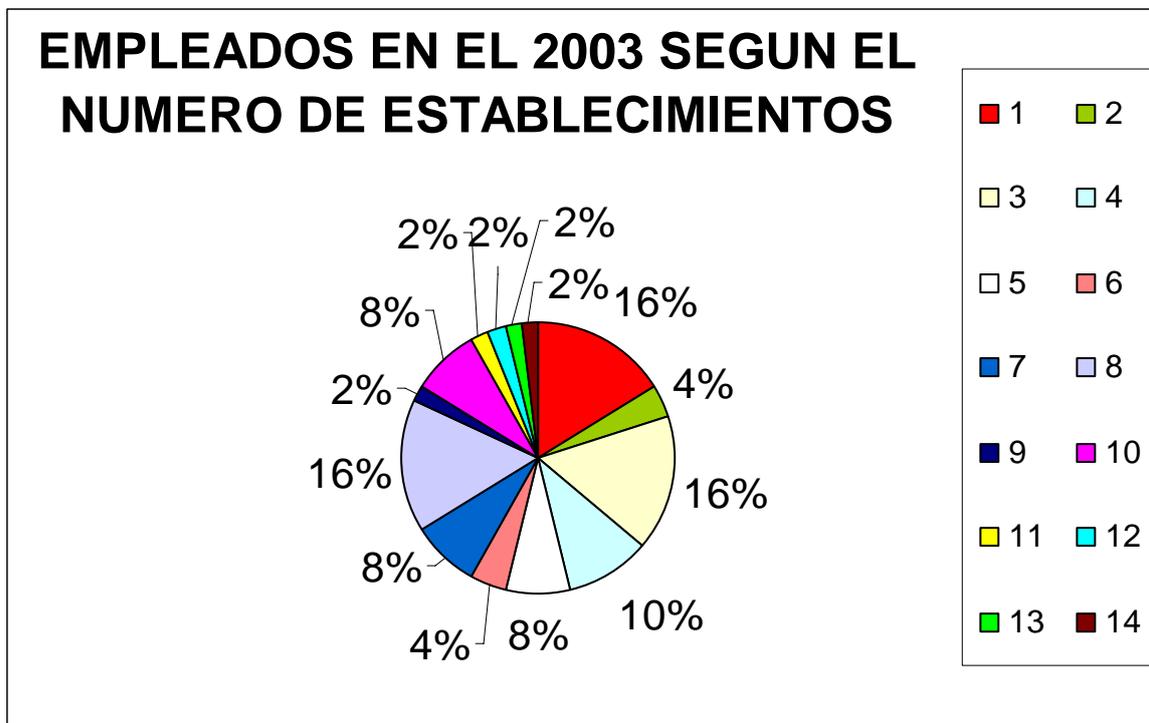


GRAFICO 9.2

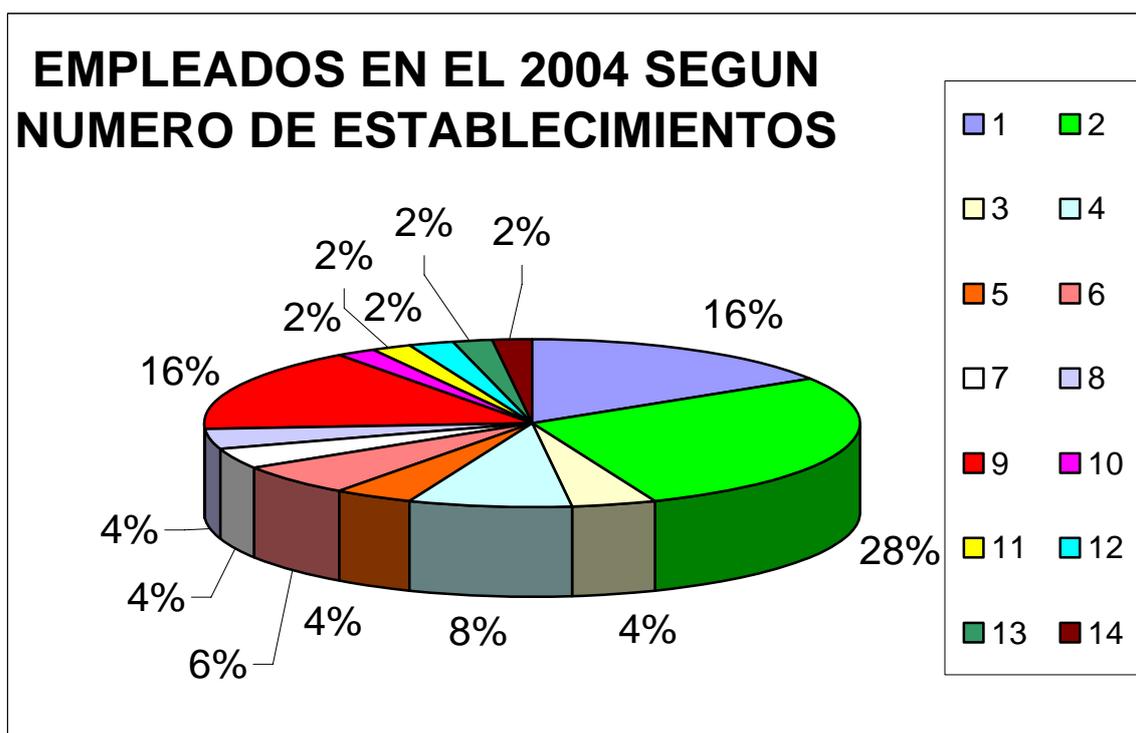




GRAFICO 9.3

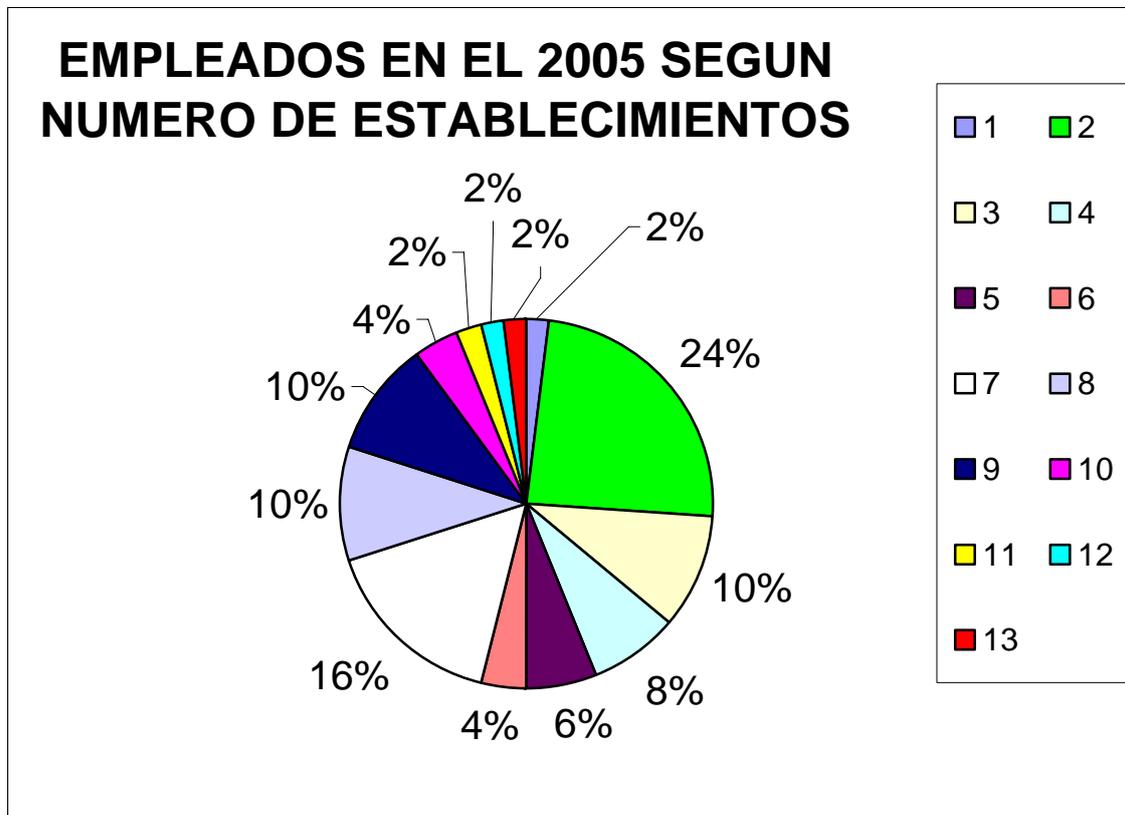


GRAFICO 10





GRAFICO 10.1

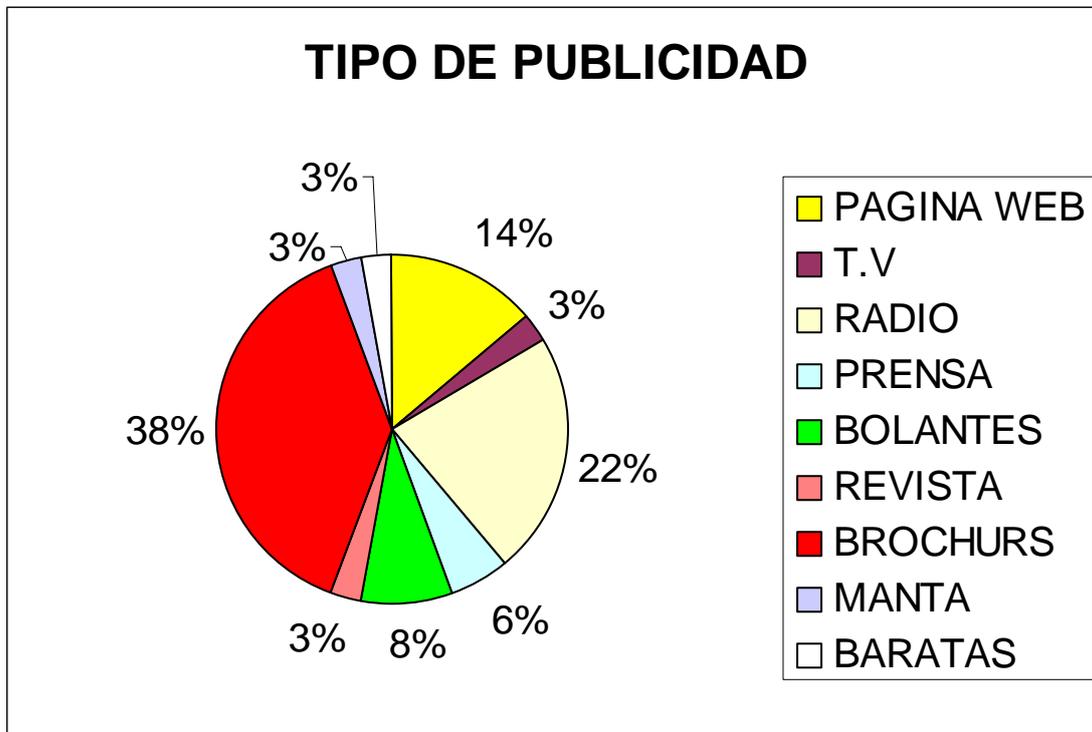


GRAFICO 11

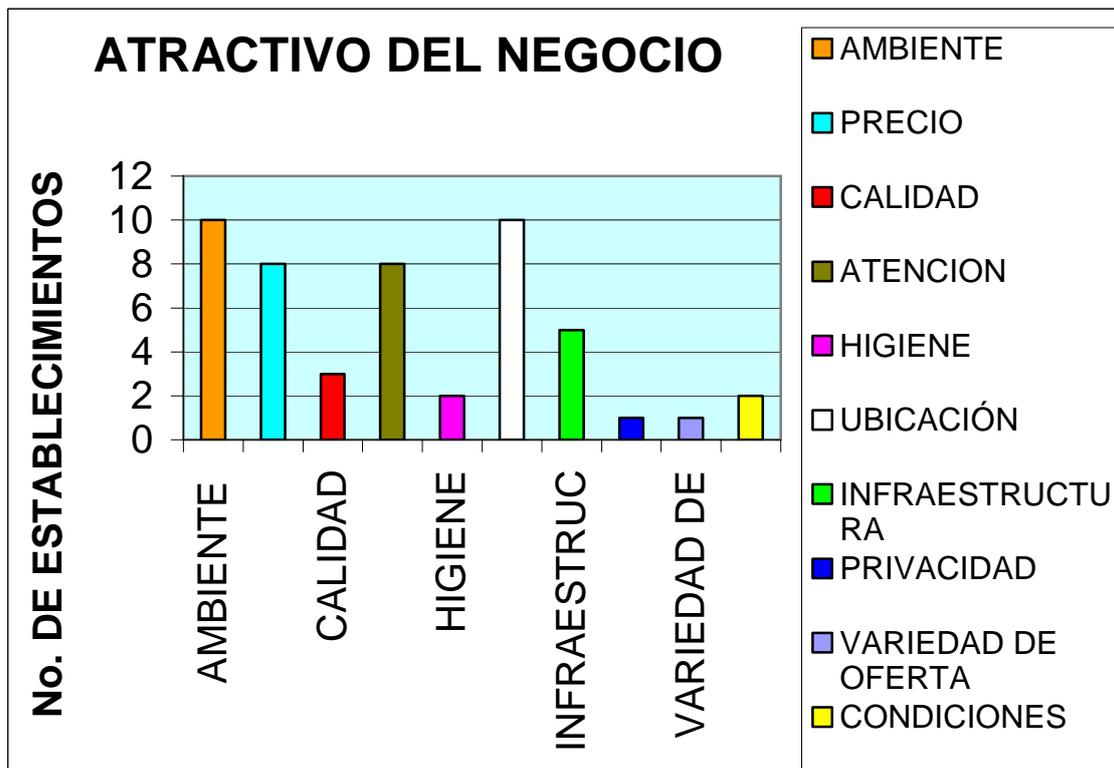




GRAFICO 12

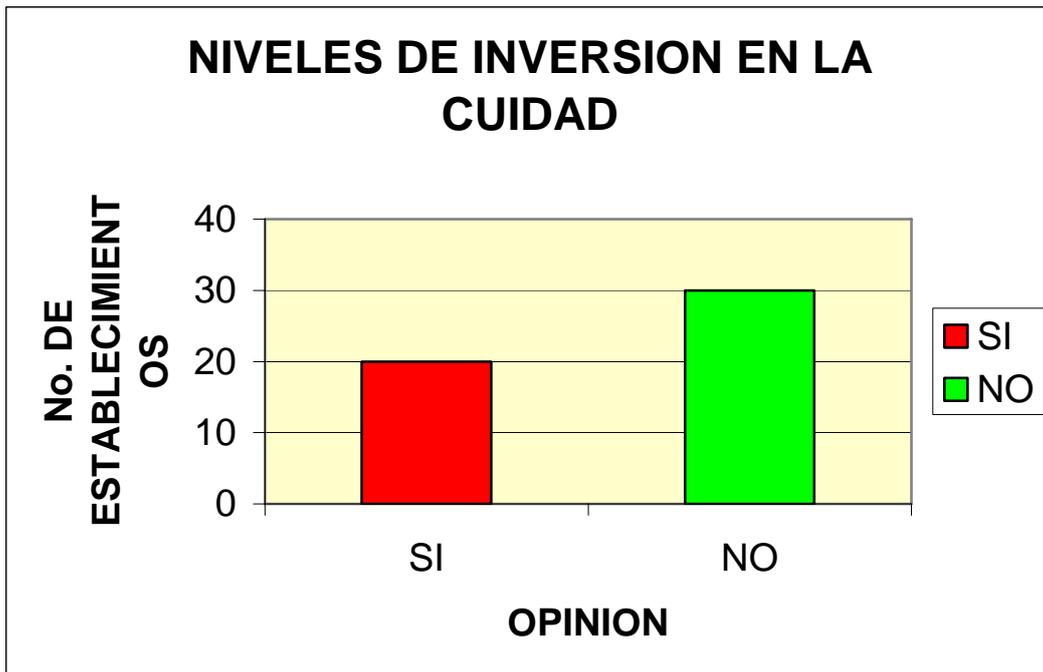


GRAFICO 13

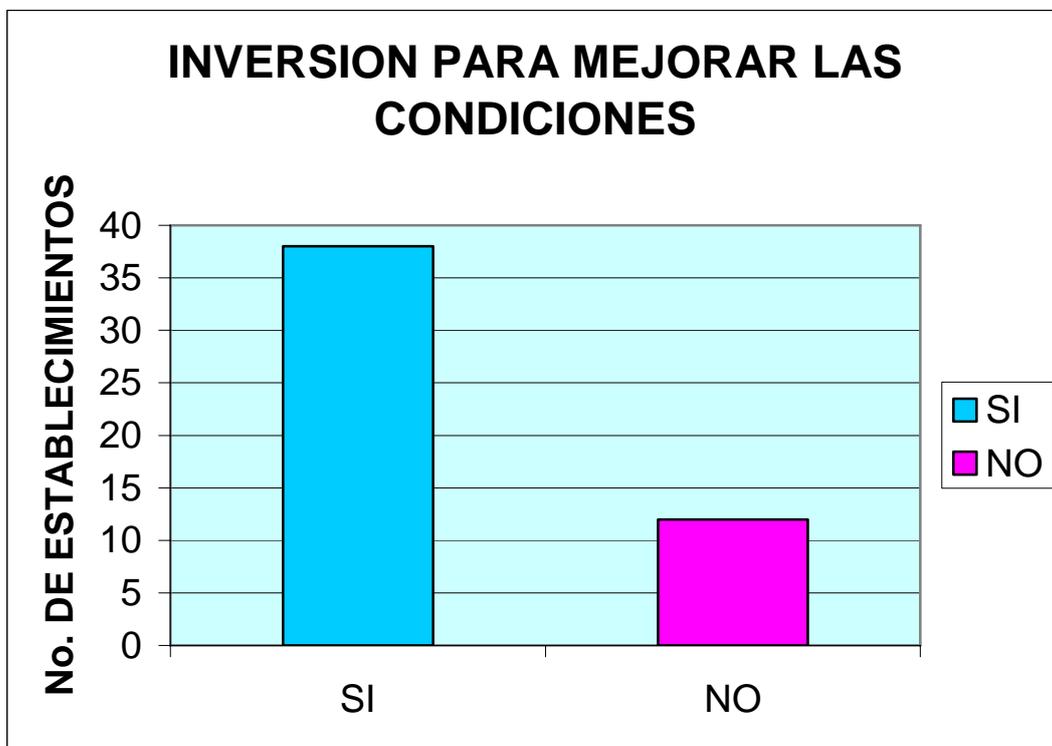
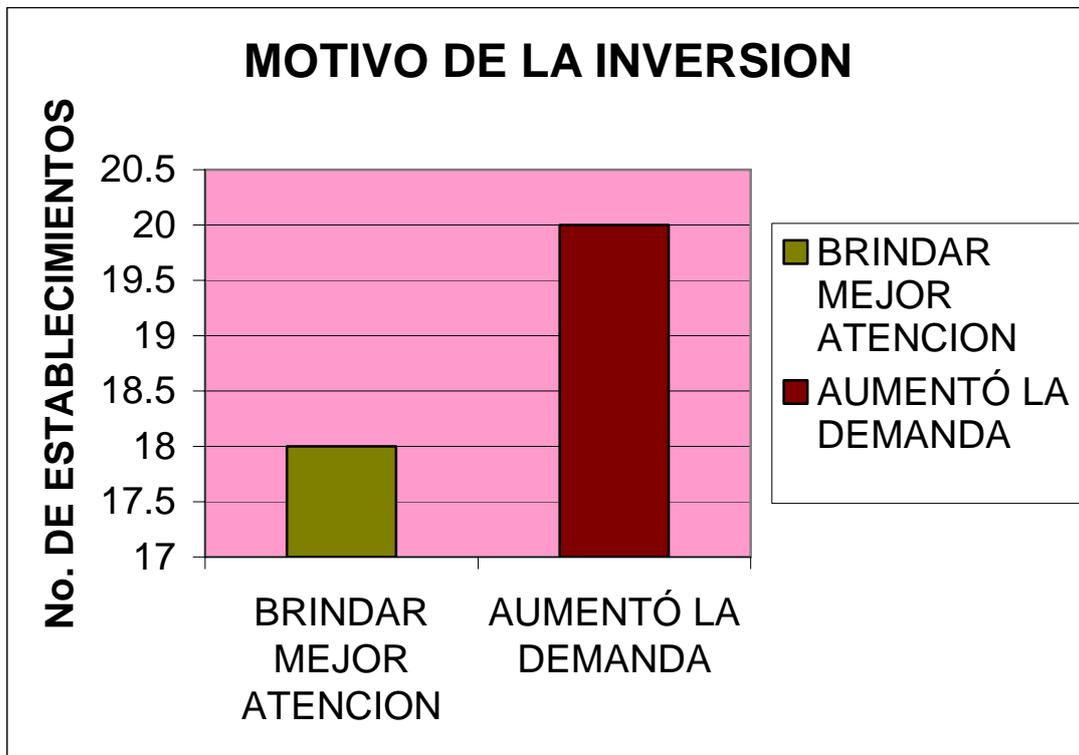




GRAFICO 13.1





ENCUESTA A TURISTAS EXTRANJEROS

GRAFICO A

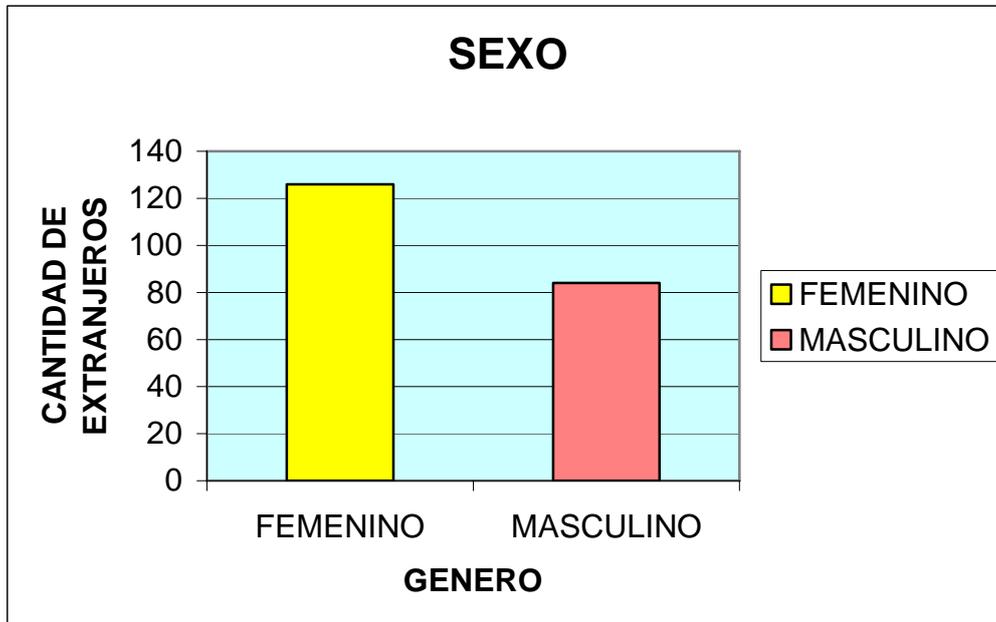


GRAFICO B

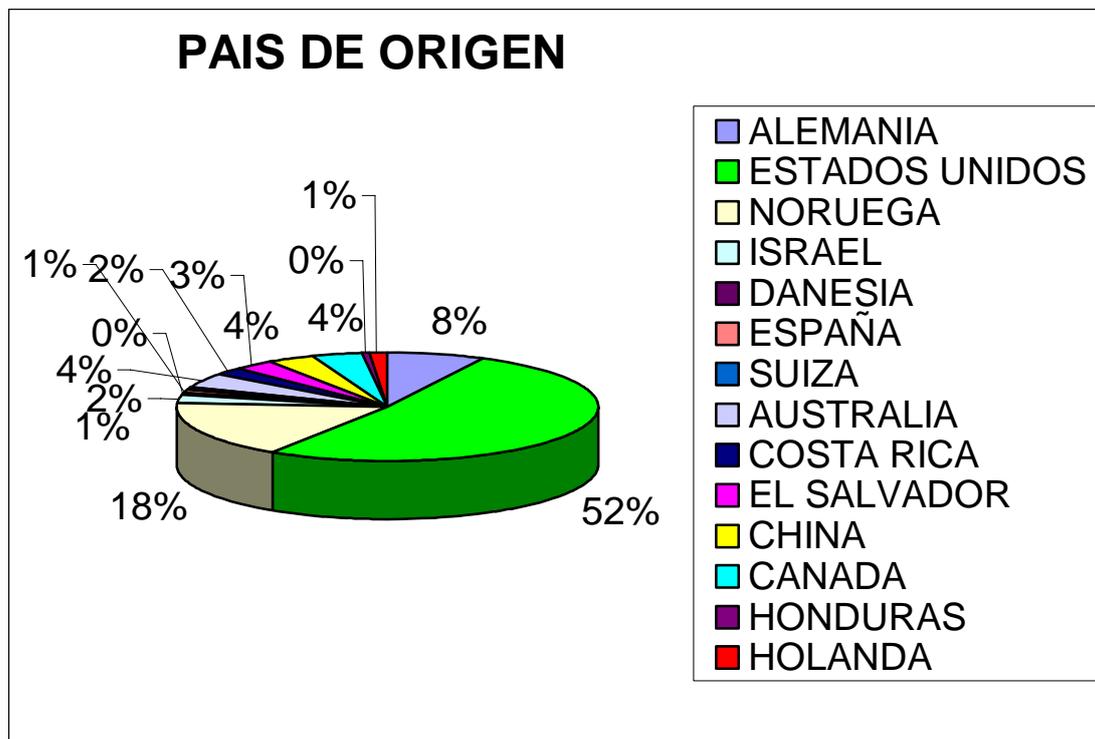




GRAFICO C

LUGAR DE ALOJAMIENTO

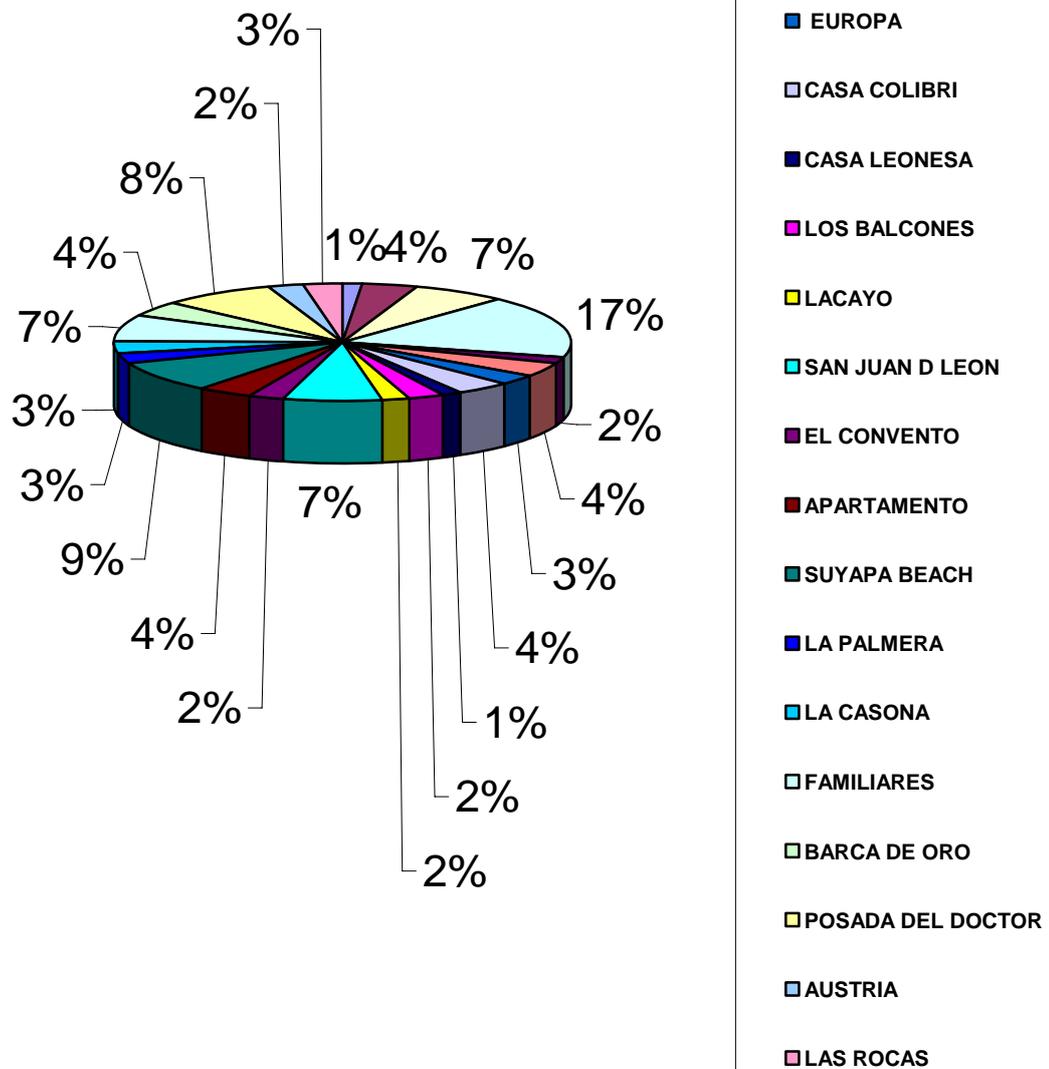




GRAFICO D

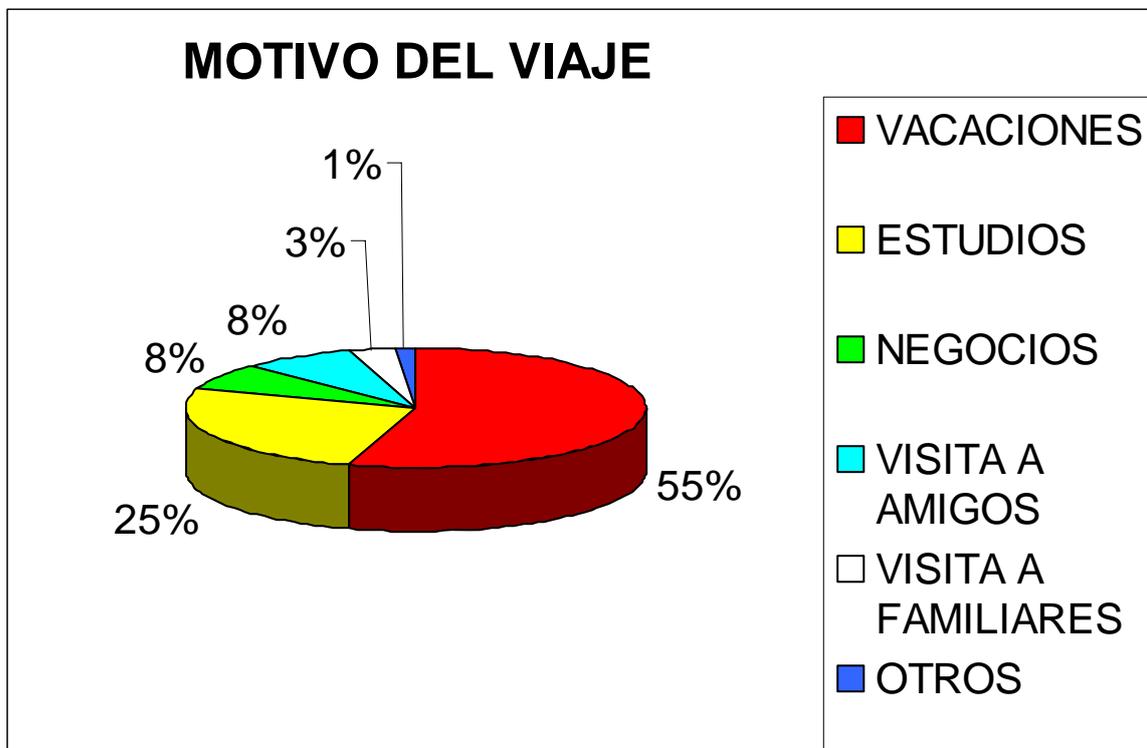


GRAFICO E

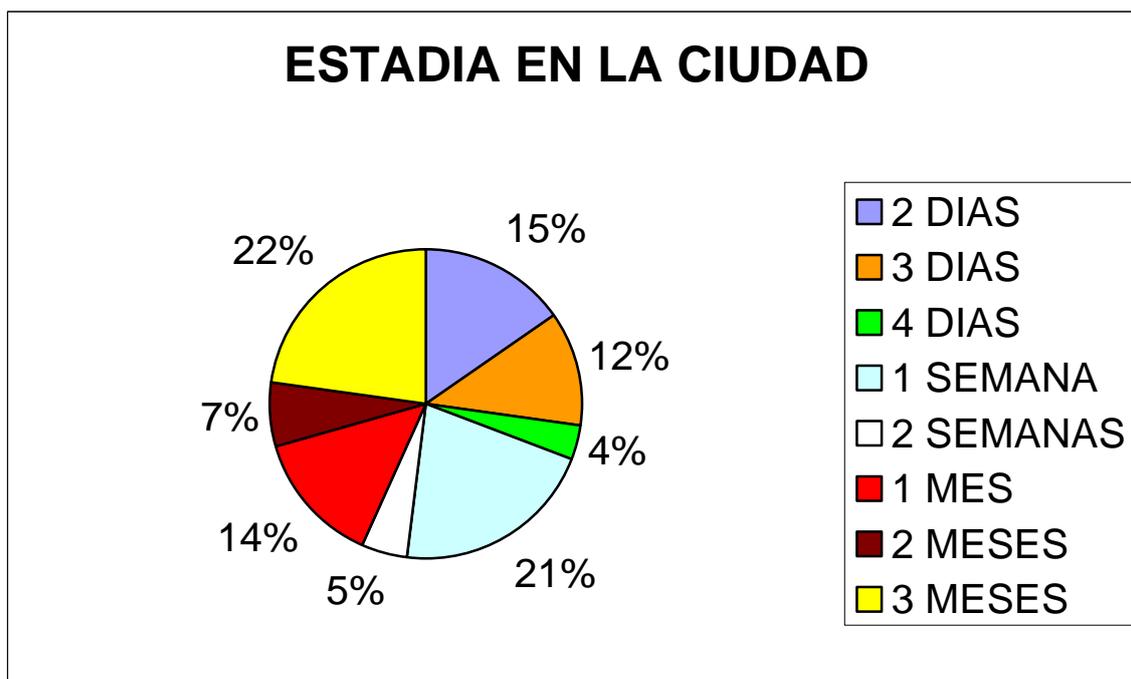




GRAFICO F



GRAFICO G

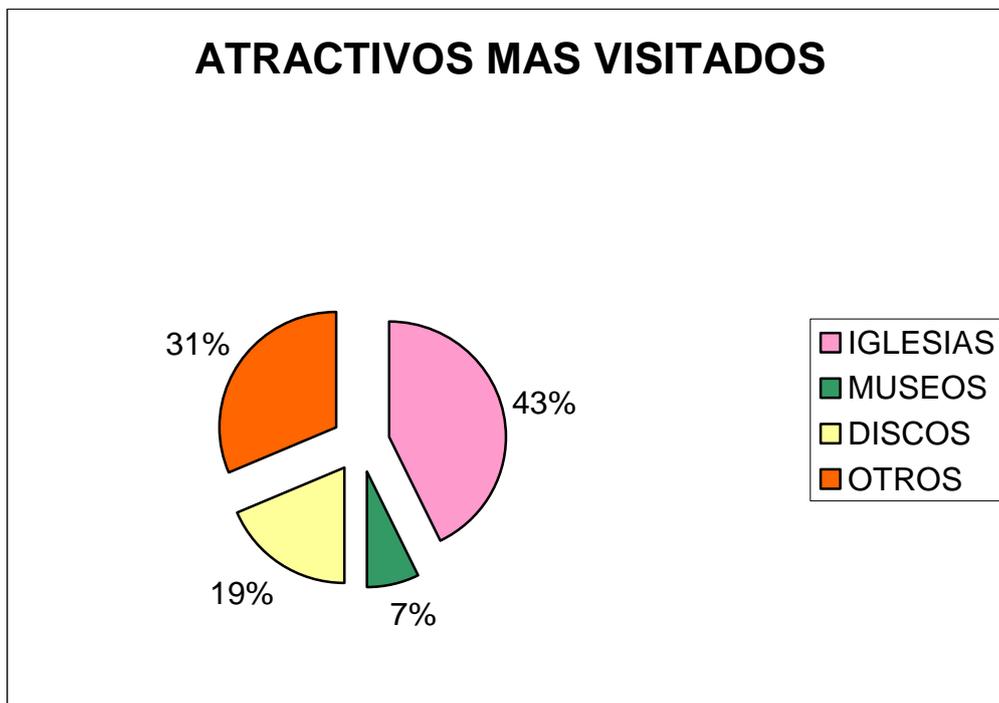




GRAFICO H

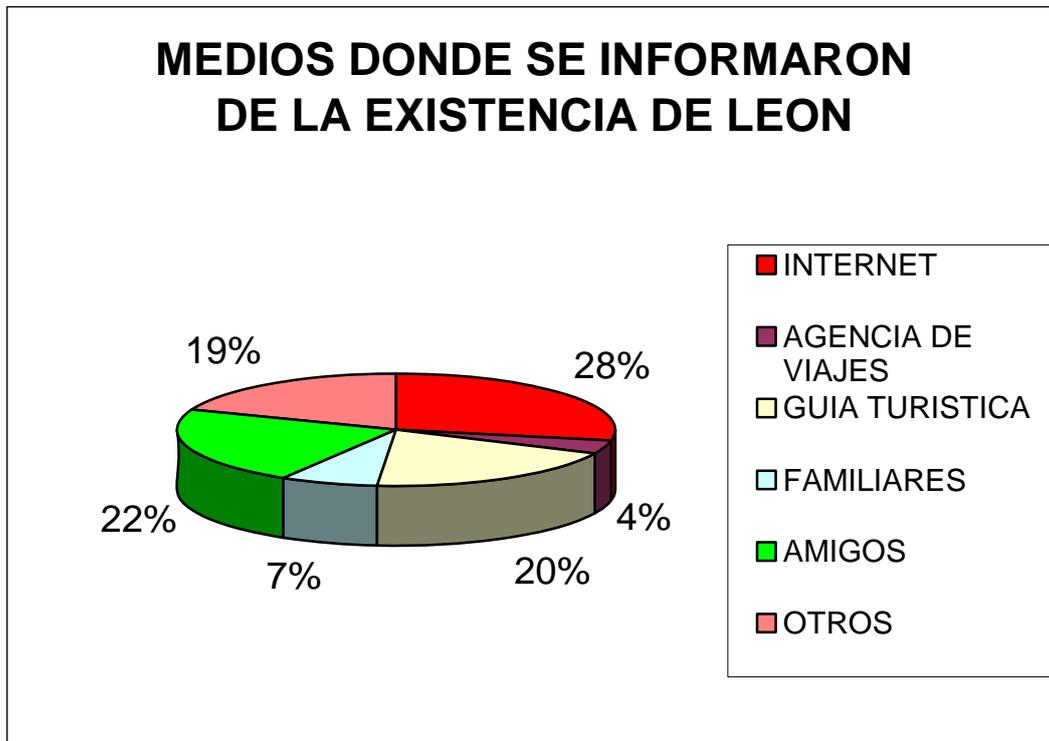


GRAFICO I





GRAFICO J

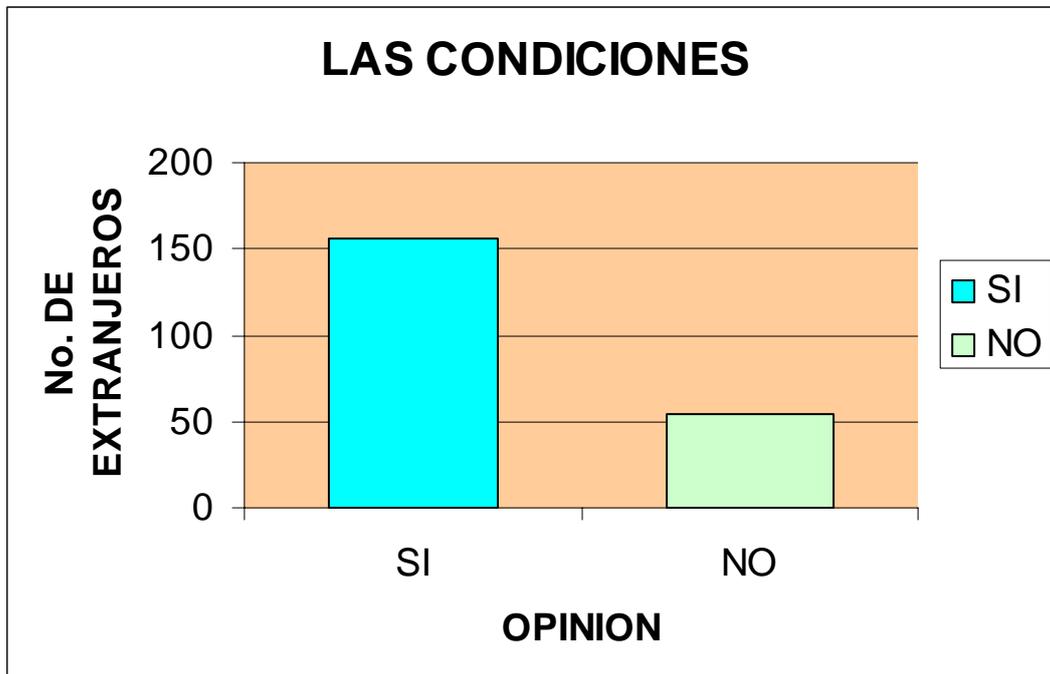
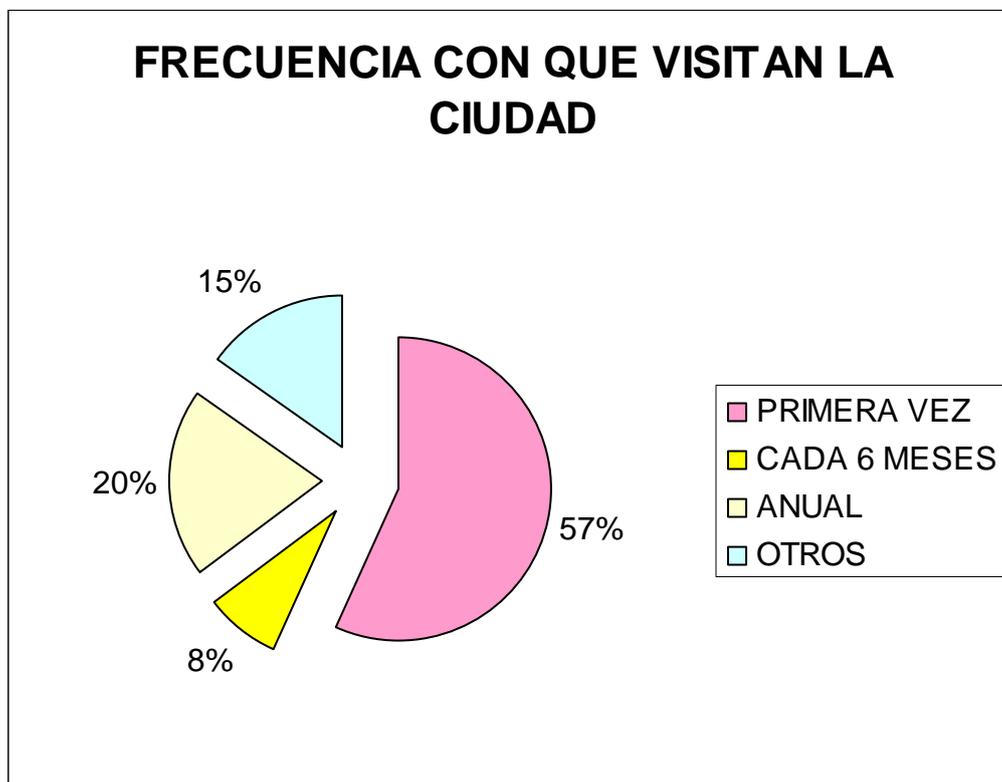


GRAFICO K





ENCUESTA A ESTUDIANTES

Gráfico I

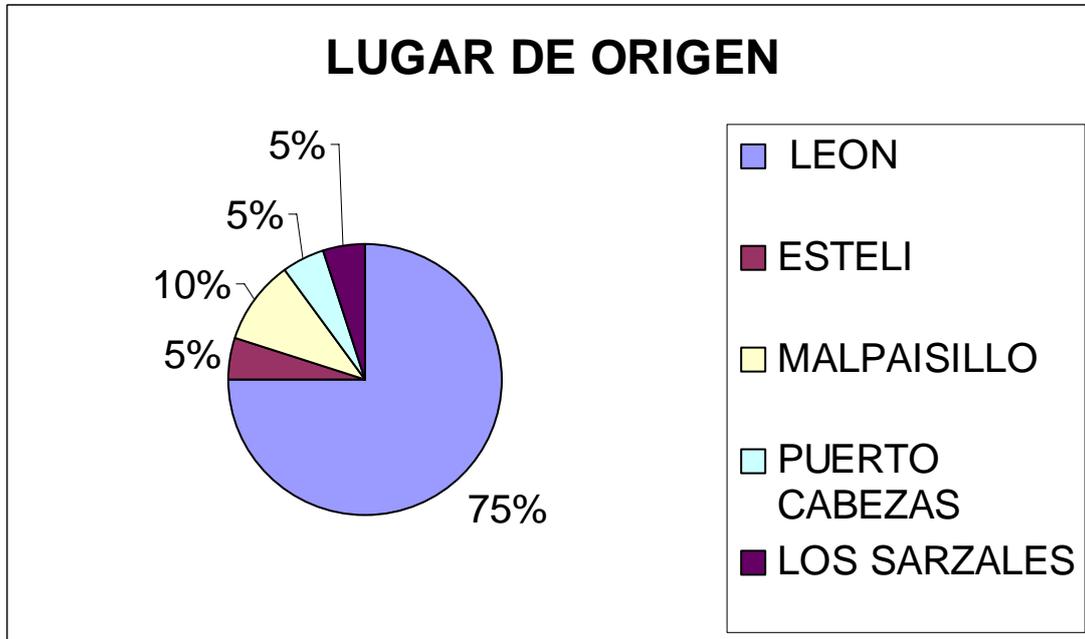


Gráfico II

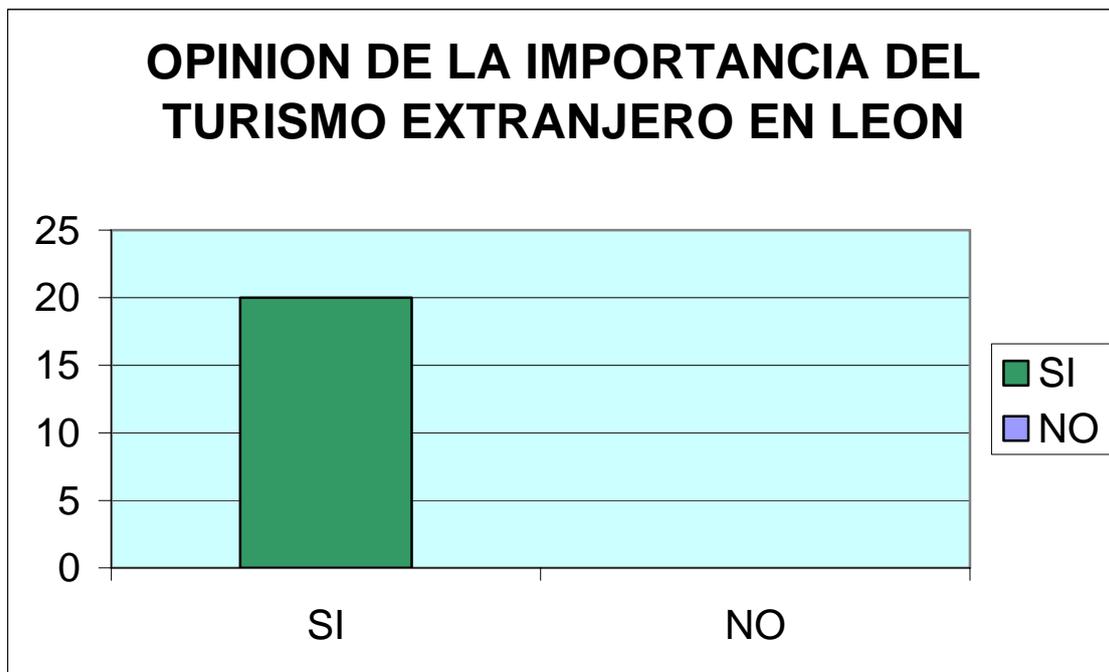




Grafico III

OPINION ACERCA DE SI SE CONSERVA ADECUADAMENTE EL PATRIMONIO DE LA CIUDAD

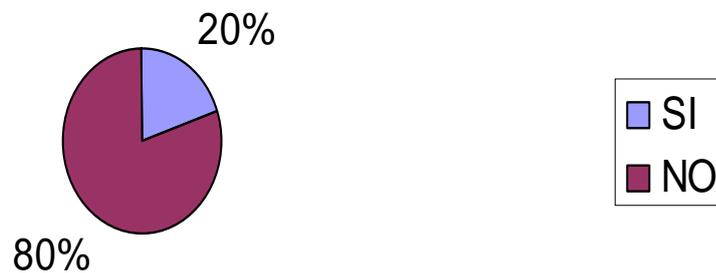


Grafico IV

OPINION ACERCA DE QUE SI LA PRESENCIA DE EXTRANJEROS CONTRIBUYE A LA CREACION DE EMPLEOS

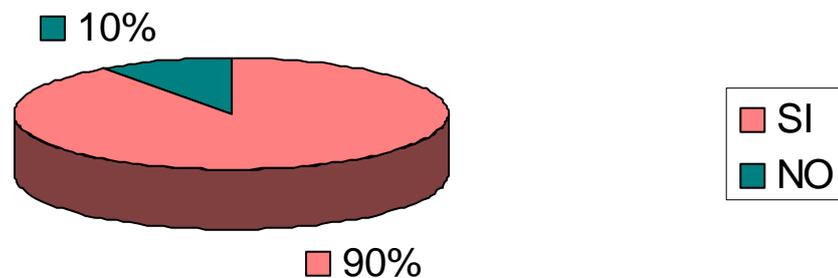




Grafico V

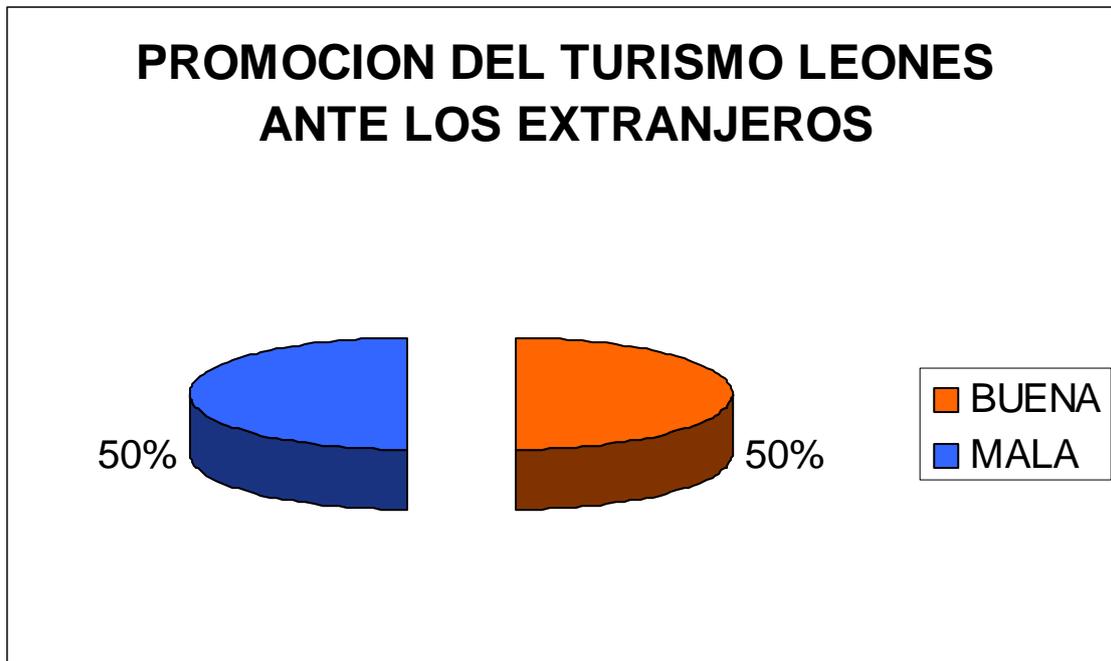


GRAFICO VI

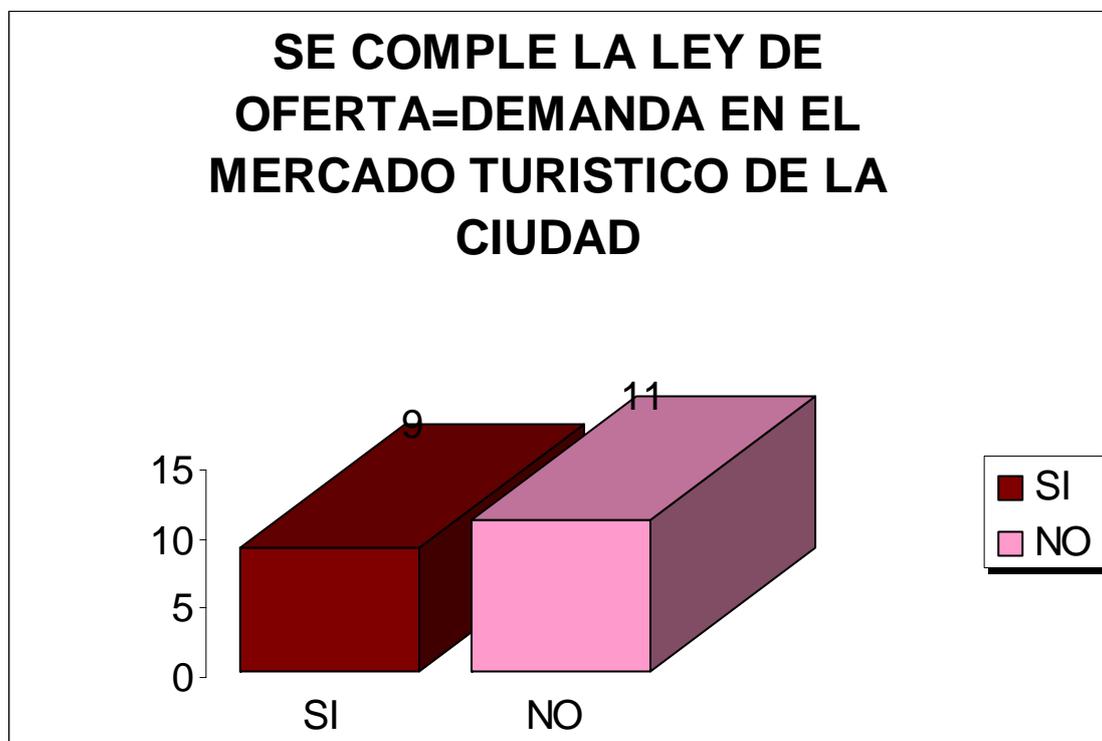
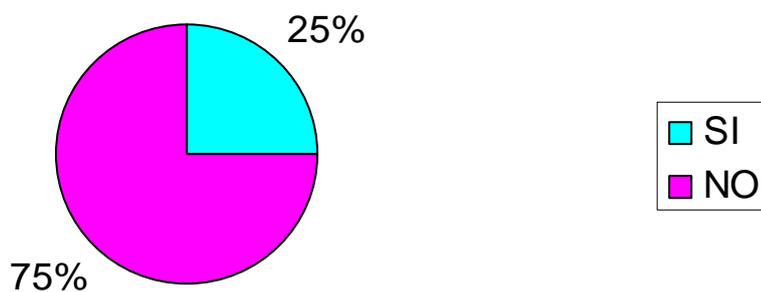




GRAFICO VII

**PROYECTOS EJECUTADOS POR EL
GOBIERNO MUNICIPAL SON LOS
ADECUADOS O NO**





ENCUESTA A ESTABLECIMIENTOS

Somos egresadas de la carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNAN-LEON. Estamos realizando un estudio acerca del turismo extranjero y su impacto económico en la ciudad de León en los últimos tres años (2003-2005). Su información será de gran ayuda para la finalización de nuestro trabajo investigativo. Agradeciendo de ante mano su valiosa colaboración.

1- Nombre del establecimiento: _____

2- Años de existencia: _____

3- Marque con una X el área de servicio al que pertenece su establecimiento:

Hotel-Hospedaje: _____

Restaurante-Bar: _____

Cafetín-Comedor: _____

Museo: _____

Cyber: _____

Lugar de cultura: _____

Lugar de entretenimiento: _____

Lugar de información turística: _____

4- ¿Cuántos turistas visitan su establecimiento?

Mensual: _____

5- ¿Qué capacidad de alojamiento tiene su establecimiento?

6- ¿Cuál es la temporada del año en que hay mayor demanda?

Semana Santa: _____

Fiestas patronales: _____

Navidad: _____

Otras: _____

7- ¿Cuánto tiempo permanecen los turistas en su negocio?

8- ¿En qué rango está el costo de sus servicios?

\$0-1: _____

\$1-5: _____

\$5-10: _____

\$10-15: _____

\$15-20: _____

\$20+: _____



9- ¿Cuántos empleados tenía su establecimiento en los siguientes años:

2003: _____

2004: _____

2005: _____

10- ¿Utiliza su negocio algún tipo de publicidad?

Si: _____

No: _____

¿Cuál? _____

11- ¿Cuál es el atractivo de su negocio para el turista?

12- ¿Considera adecuados los niveles de inversión turística en la ciudad?

Si: _____ No: _____

¿Porque?

13- ¿Ha invertido en mejorar las condiciones de su local en los últimos tres años?

Si: _____ No: _____

13.1- Si es SI ¿a que se deben sus mejoras?

-Brindar mejor atención: _____

-Ha aumentado la demanda de sus servicios: _____



ENCUESTA A TURISTAS EXTRANJEROS

We are finished our studies in Economical and empresariales science from the UNAN-LEON. We are making a study about the foreing turism in our city, during the last 3 years (2003-2005). For complete our study we need an information fron you that will be very important for us, and we can finished our work with your help. Thanks for your colaboration. (Somos egresadas de la carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNAN-LEON. Estamos realizando un estudio acerca del turismo extranjero y su impacto económico en la ciudad de León en los últimos tres años (2003-2005). Su información será de gran ayuda para la finalización de nuestro trabajo investigativo. Agradeciendo de ante mano su valiosa colaboración).

Please answer the following questions:

1- Sex/sexo
Female / femenino: _____ Male / masculino: _____

2- Nationality / nacionalidad: _____

3- Place where you stay / lugar de alojamiento: _____

4- Are you traveling for / motivo del viaje:
Vacations / recreación y descanso: _____

Studies / estudios: _____

Bussines / negocios: _____

Visit some friends / visita a amigos: _____

Vist family members / visita a familiares: _____

Others / otros: _____

5- How long are you planning stay in the city? / ¿Cuántos días tiene planeado permanecer en la ciudad?

6- How much are you planning to spend here? / ¿Cuánto tiene planificado gastar en su estadía en la ciudad?

\$50-100: _____

\$100-200: _____

\$300 and more / a más: _____

7- Which places are you visited more frequently? / ¿Cuáles son los lugares que más ha visitado?

Churches / Iglesias: _____

Museum / museos: _____

Discoteques / discos: _____

Others / otros: _____



8- How did you get information about León? / ¿Porque medios se dio cuenta de la existencia de León?

Internet: _____

Traveling agency / Agencia de viajes: _____

Turistic guide / Guía turística: _____

Family / familia _____

Friends / Amigos: _____

Others / otros: _____

9- How you considered the attention on the establishment you are visited? / ¿Cómo considera la atención de los establecimientos que ha visitado?

Excellent / excelente: _____

Good / Buena: _____

Regular: _____

10- How you considerer the condition of the establishment you are visited? Are adecuated for you like a tourist? / ¿Las condiciones de los establecimientos que ha visitado cree que son los adecuados para usted como turista?

Yes / Si: _____

Not / No: _____

11- How frequently you visit our city? / ¿Con qué frecuencia visita la ciudad?

First time / Primera vez: _____

Every 6 months / Cada 6 meses: _____

Every year / Anual: _____

Others / Otros: _____



ENCUESTA A ESTUDIANTES DE V AÑO DE ECONOMIA

Somos egresadas de la carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNAN-LEON. Estamos realizando un estudio acerca del turismo extranjero y su impacto económico en la ciudad de León en los últimos tres años (2003-2005). Su información será de gran ayuda para la finalización de nuestro trabajo investigativo. Agradeciendo de ante mano su valiosa colaboración.

1- Lugar de origen: _____

2- ¿Es importante el turismo para el desarrollo económico de la ciudad de León?

Si: _____ No: _____

¿Porque?

3- ¿Piensa que la población conserva adecuadamente el patrimonio histórico-cultural de la ciudad?

Si: _____ No: _____

4- ¿Cree que la afluencia de turistas extranjeros en la ciudad contribuye a la creación de empleos?

Si: _____ No: _____

¿Porque?

5- ¿Como considera la promoción del turismo Leones ante los extranjeros?

Buena: _____ Mala: _____

¿Porque?

6- Según su criterio como futuro economista ¿Se cumple la ley de Oferta=Demanda en el mercado turístico de la ciudad?

Si: _____ No: _____

¿Porque?

7- ¿Considera que los proyectos ejecutados por el gobierno municipal en pro del turismo son los adecuados?

Si: _____ No: _____

¿Porque?
