

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA – LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE TURISMO



Monografía para optar a la Licenciatura en Gestión de Empresas
Turísticas:

*“Análisis de los efectos socioeconómicos del turismo solidario en el
municipio de León, Nicaragua”.*

Autores:

- Br. Estrada Rivas, Teresa Tatiana.
- Lic. Hernández Baca, Rydder Enrique.
- Br. Mendoza Acuña, Rafaela Sollieth.

Tutora:

- MSc. Bolaños Idania.

Abril, 2016

“A la Libertad, por la Universidad”



DEDICATORIA

Con todo el amor dedicamos todo el esfuerzo hecho para culminar esta investigación a Dios y a cada una de las personas que nos han acompañado durante nuestros estudios, a quienes en todo momento nos han alentado e inspirado para continuar esforzándonos, a nuestros padres y maestros.

AGRADECIMIENTO

Gracias Señor, por darnos la sabiduría en todo momento, por guiarnos siempre por el camino correcto y por iluminarnos para tomar las decisiones idóneas.

A nuestra tutora; MSc. Idania Bolaños, quien nos tuvo mucha paciencia y dedicación en cada etapa de la investigación.

A cada maestro del departamento de turismo, como lo fueron: Bismar Méndez, Carlos Santovenia, Dania Hernández, Idania Bolaños, Oscar Martínez, William Herrera, por ser fuente de inspiración y modelos a seguir, especialmente en el ámbito de la enseñanza y la investigación, en especial a aquellos que nos ayudaron a abrir más nuestra mente de modo que desarrolláramos una visión crítica del turismo, los conceptos, teorías y cualquier idea que se nos presente.

Muchas gracias.



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
1.1 Antecedentes.....	6
1.2 Situación actual.....	7
1.3 Delimitación: Territorial, Temporal, Teórica – Conceptual.....	9
II. OBJETIVOS.....	10
2.1 Justificación.....	11
III. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	13
3.1 Marco Referencial.....	13
3.2 Marco Conceptual.....	15
3.3 Marco Teórico.....	16
3.3.1 Turismo Alternativo y derivados.....	16
3.3.2 Elementos de efectos socioeconómicos.....	20
3.3.3 Características de poblaciones en condiciones de pobreza.....	24
3.3.4 Competencia del Instituto Nicaragüense de Turismo en cuanto a la regulación de la oferta de turismo solidario por las Organizaciones no Gubernamentales.....	25
3.3.5 Otras competencias del INTUR ante las ONG´s que reciben grupos.....	26
3.3.6 Organizaciones no Gubernamentales (ONG´s) y su función en la actividad turística.....	27
3.3.7 ONG´s y venta de bienes o servicios.....	28
3.3.8 Rol de las Iglesias en el turismo solidario.....	29
3.3.9 Turistas Solidarios.....	30
IV. METODOLOGÍA.....	31
4.1 Método General.....	31
4.2 Método Específico.....	31
4.3 Nivel de la investigación.....	31
4.4 Diseño de la investigación.....	31
4.5 Técnicas y fuentes de información.....	31
4.6. Población y muestra.....	32
4.7 Técnicas e Instrumentos.....	36



4.8 Presentación de Resultados	36
4.9 Problemáticas o limitantes del estudio	37
V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	39
5.1 Resultados de encuestas a Organizaciones no Gubernamentales (ONG)	39
5.2 Resultados de encuestas aplicadas a la población.....	45
5.3 Resultado de la entrevista aplicada al Instituto Nicaragüense de Turismo – INTUR, León.....	51
5.4 Resultados de las encuestas aplicadas a los empresarios locales	52
5.5 Resultados de encuestas aplicadas a los turistas solidarios	57
5.6 Análisis de resultados de los instrumentos aplicados.....	63
VI. CONCLUSIONES.....	69
VII. RECOMENDACIONES.....	71
VIII. REFERENCIAS.....	73
8.1 Bibliográficas	73
8.2 Electrónicas	73
ANEXOS.....	73



INTRODUCCIÓN

El presente estudio titulado “*Análisis de los efectos socioeconómicos del turismo solidario en el municipio de León, Nicaragua*” nace al ver el crecimiento en el número de organizaciones no gubernamentales (ONG´s u organizaciones sin fines de lucro) que se dedican a recibir grupos extranjeros, así como el incremento en el número de turistas que visitan el país por medio de estas, con el objetivo de ayudar al desarrollo socioeconómico a través de la participación en diferentes actividades en las comunidades económicamente más desfavorecidas, por lo cual el estudio procuró identificar y enumerar las principales ONG´s que se dedican a recibir grupos e implementar programas de enfoque social, indagar los programas de viajes que ofertan y el motivo por el cual lo ofrecen así como identificar los efectos que estos programas tienen en la población local y, determinar el rol del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) respecto a la regulación del funcionamiento de los programas de turismo solidario que ofertan e implementan estas ONG´s.

Así mismo, el estudio pretendía averiguar la percepción de los pequeños empresarios locales respecto a los programas de turismo solidario ejecutados por estas organizaciones, y por último analizar la imagen de Nicaragua que habían percibido los turistas solidarios a través de la publicidad utilizada por las organizaciones.

Para una mejor comprensión, el estudio presenta en su fundamentación teórica Conceptos como Turismo, Turismo Solidario, Turista, Turista solidario, al igual que plantea las teorías más relevantes relacionadas al turismo alternativo; siendo turismo solidario uno de los subtipos de este.

Además, se define un marco de referencia que plantea la realidad del municipio de León, lo cual tiene gran relevancia en referencia al turismo solidario.



El desarrollo metodológico se tomó a partir de las definiciones de métodos, nivel, y diseño, siendo el método general el deductivo; ya que el estudio partió de diferentes situaciones que tienen relación con la problemática, el método clínico como método específico debido a que se estudiaron diferentes variables relacionadas al tema para poder realizar un diagnóstico de la situación real, finalmente fue a nivel exploratorio porque no existían antecedentes sobre el tema investigado. Cabe mencionar que las fuentes primarias de información para este estudio fueron las ONG's, los turistas que reciben las mismas, la población local, los pequeños empresarios locales e INTUR: utilizando entrevistas para las ONG's y el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), encuestas a población local, empresarios locales y turistas solidarios.

De igual manera fueron utilizadas fuentes bibliográficas y, electrónicas como fuentes secundarias. Se calculó una muestra para aplicación de instrumentos de acuerdo a modelos encontrados en las fuentes consultadas. Se pretendió plantear cualquier problemática que se presentara al aplicar los instrumentos, para que así puedan ser tomadas en cuenta en futuras investigaciones, resultando como principales problemáticas: el acceso a información respecto a turismo solidario, el acceso a los turistas solidarios en el periodo de estudio y la capacidad de discernimiento de la población en cuanto a los beneficios obtenidos cuando les visitan grupos y aquellos generados por los proyectos que desarrolla la ONG.



I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes¹

El turismo a nivel mundial ha incrementado en las últimas décadas, esto ha causado una transformación no solo en cuanto al concepto se refiere sino a los tipos o modelos de turismo. Así mismo ha venido impulsando la economía en los países en vías de desarrollo con la implementación de nuevos modelos de turismo. Uno de los modelos de turismo que ha causado un gran impacto en los países en vías de desarrollo, ha sido el turismo solidario (comúnmente conocido como misiones, voluntariados u otros).

El turismo solidario ha sido promovido e implementado mayormente por países desarrollados, esto como herramienta para combatir la pobreza. A causa de los diferentes conflictos políticos, conflictos armados, fenómenos o desastres naturales y la difícil situación socioeconómica que estos provocan, se ha desarrollado en Nicaragua este nuevo modelo, el cual ha incrementado considerablemente desde los años 80.

La práctica de este modelo de turismo en Nicaragua ha consistido mayormente en ayuda económica a comunidades rurales, semi-rurales o urbanas que poseen un estatus económico muy bajo o que han sido afectadas por algún fenómeno natural u otra situación, lo que ha impulsado programas con un enfoque para el mejoramiento de la infraestructura y servicios básicos (en algunas áreas; Agua), estatus académicos (a través de becas escolares) o facilitar consultas y tratamientos médicos, en muchos casos estos programas impulsan la oferta del turismo solidario (aunque muchas entidades no lo denominan Turismo Solidario).

Sin embargo, en la mayoría de los casos, estos programas o proyectos han sido publicitados y ejecutados por extranjeros que no conocen el idioma (español), la cultura local o tienen una percepción de las necesidades de la población que

¹ <http://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.ARVL>



difiere con la perspectiva de los locales, por lo cual los efectos cuantitativos o cualitativos que este ha causado, no se conocen, son escasos o bien se han analizado desde la perspectiva de los países emisores o de quienes publicitan este modelo de turismo, no desde la perspectiva del destino receptor, esto lleva a preguntarse ¿Cuáles son los efectos socioeconómicos del turismo solidario en el municipio de León?

1.2 Situación actual²

En la actualidad existe un gran número de organizaciones nacionales y extranjeras que ofertan Nicaragua como destino para practicar turismo solidario, sin embargo, se desconocen las organizaciones que trabajan promoviendo este tipo de turismo (que muchas veces se muestran simplemente como entidades de ayuda social, económica o espiritual), por tanto se debe cuestionar; ¿Cuáles son las principales organizaciones que ofertan turismo solidario para el municipio de León?

Una gran parte de las organizaciones que ofertan el turismo solidario hacia Nicaragua tienen un perfil religioso, por lo cual su mercado meta son las iglesias y organizaciones religiosas de sus países (de donde proviene gran parte de los recursos económicos con los que implementan sus programas), lo que les impulsa a integrar actividades religiosas en sus programas de viajes, como compartir su fe o creencias; cruzadas evangelistas, visitas casa a casa, o en muchos casos, persuadir al cambio de creencias a la población, repercutiendo en la cultura local, a través de la transculturización, generando, muchas veces, la pérdida o decadencia de expresiones culturales ligadas a la religión predominante en Nicaragua. Sin embargo, se desconoce a ciencia cierta ¿Cuál es el contenido de sus programas de viajes? ¿Cuál es la finalidad de estos programas?

Es notorio el incremento de organizaciones que ofertan turismo solidario para Nicaragua, así mismo el número de personas extranjeras que viven y trabajan en

² Basados en la experiencia (de los autores del estudio) de más de 10 años interpretando, traduciendo y coordinando logística para diferentes ONG's que operan grupos de turistas solidarios.



el país, con estatus legal o no, para estas organizaciones. Al contar con directores, voluntarios, o misioneros que viven y trabajan en el país, se les facilita el aprendizaje del idioma Español, conocer las rutas y sitios de interés, permitiéndoles desobligarse o minimizar la contratación de personal nicaragüense. Por tanto, esto induce a indagar ¿Cuáles son los efectos reales para la población local?

De igual manera, esta emigración extranjera les proporciona la facilidad de rentar o comprar viviendas para hospedar a sus grupos así como la adquisición de vehículos, generando de una u otra forma, la competencia desleal para los pequeños empresarios locales (hostales, comedores, tour operadores, transportistas, guías free lance, entre otros); y, si estas organizaciones de turismo solidario no se consideran empresas turísticas pero funcionan como tal, ¿Qué papel juega el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) de cara a la regulación del funcionamiento de estas organizaciones? y ¿Qué opinan concretamente los pequeños empresarios locales respecto a esta situación?

Por otro lado, otra de las principales problemáticas identificadas en relación a este tipo de turismo, es que la publicidad utilizada para su promoción remarca mayormente aspectos negativos de Nicaragua como destino; en cuanto a su extrema pobreza, a la cual se le adhieren debilidades en el servicio de salud, educación, infraestructura, oferta de empleo, entre otros, reflejando una imagen desfavorable del país en el exterior, y como consecuencia induce a su mercado meta a desarrollar una idea errada respecto a la existencia de profesionales locales calificados. Así mismo, esta información en la publicidad podría estar causando la subvaloración del trabajo realizado por profesionales nicaragüenses, entonces, ¿Será realmente que esta es la imagen que perciben los turistas solidarios que visitan Nicaragua?, y al analizar esta publicidad ¿Cuál es exactamente la imagen de Nicaragua como destino, que están transmitiendo estas organizaciones?



1.3 Delimitación: Territorial, Temporal, Teórica – Conceptual.

La ciudad de León es considerada una de las ciudades más importantes del país, ya que cuenta con gran valor histórico-cultural, lo cual ha provocado el crecimiento en la oferta turística, convirtiéndola en el núcleo receptor de turistas interesados en conocer otros atractivos cercanos a esta; playas, volcanes, comunidades rurales, otros. Sin embargo, la ciudad también se ha visto afectada por guerra, huracanes y otros desastres naturales, por lo que también se encuentran poblaciones en situación de pobreza, aunque mayormente estas poblaciones se encuentran en la zona rural (Ver anexo 1). Es por tal razón que el presente estudio estuvo limitado al municipio de León.

Así mismo, para la realización de esta investigación, se tomó en cuenta el periodo de recopilación de datos y aplicación de técnicas e instrumentos de investigación, el cual se llevó a cabo del 10 de Marzo al 10 de Abril 2016.

Debido a la limitada información encontrada en cuanto a Turismo Solidario o su conceptualización, este estudio estuvo limitado a utilizar el concepto redactado por los autores del mismo, a partir del concepto planteado por Tomás J. López-Guzmán Guzmán y otros, en el artículo titulado “*Turismo Solidario: Una perspectiva desde la Unión Europea*” del año 2007, publicado en la revista *Gestión Turística* 2007.

Cabe mencionar que se tomaron las teorías de los autores mencionados, ya que plantearon conceptualizaciones o definiciones que tienen estrecha relación con el tema estudiado. Por otro lado, se tomaron en cuenta las teorías acerca de las implicaciones sociales y económicas planteadas por Rodrigo Fernández Miranda 2011³

³ Viajar perdiendo el Sur: Crítica del turismo de masas en la globalización. Editorial Libros en Acción.



II. OBJETIVOS

Objetivo General:

Analizar los efectos socioeconómicos del turismo solidario en el municipio de León, Nicaragua.

Objetivos Específicos:

- a) Identificar las principales organizaciones que ofertan el Turismo Solidario en el municipio de León.
- b) Determinar los contenidos de los programas que las organizaciones ofertan al promover el Turismo Solidario para el municipio de León y su finalidad.
- c) Definir los efectos socioeconómicos del Turismo Solidario en la población local del municipio de León, Nicaragua.
- d) Indagar el papel que juega el Instituto Nicaragüense de Turismo de cara a la regulación del funcionamiento de los programas de turismo solidario que implementan estas Organizaciones.
- e) Inquirir la percepción de los prestadores de servicios turísticos (hoteleros, comedores de comida corriente y tour operadores) respecto al impacto económico que genera el turismo solidario en sus empresas.
- f) Establecer la imagen que perciben los turistas solidarios, de Nicaragua como destino, a partir de la publicidad transmitida por las organizaciones que promueven este tipo de turismo.



2.1 Justificación

Este trabajo será de importante antecedente para estudiantes, docentes e investigadores del sector turismo que requieran realizar futuras investigaciones que estudien el comportamiento del turismo en el municipio de León, puesto que no se había registrado ningún estudio que plantee los efectos socioeconómicos generados por el Turismo Solidario.

De igual manera será de gran relevancia para las organizaciones que ofertan esta modalidad de turismo para el municipio de León o inclusive Nicaragua, ya que podrán valorar los impactos que el turismo solidario genera, y la percepción que tienen los nacionales respecto a sus programas de viaje y a la promoción utilizada para ofertar Nicaragua como destino, permitiéndoles considerar modificaciones en la publicidad, programas e implementación de ellos para intentar lograr un mayor impacto en el desarrollo socioeconómico del municipio (o el país) a través del turismo solidario.

Así mismo, para la población del municipio de León será de utilidad ya que les permitirá conocer las implicaciones que la publicidad e implementación de los programas de turismo solidario tienen en su desarrollo socioeconómico de tal manera que puedan crear conciencia sobre estas discrepancias e intentar solicitar una participación integral en el desarrollo del turismo solidario (Campañas de información).

Para los turistas solidarios será de gran interés ya que les brindará la oportunidad de conocer la perspectiva de la población local en cuanto al impacto que genera el turismo solidario en el municipio, así como tener idea del impacto que su voluntariado, cooperación o misión, genera. Idealmente les instará a encontrar mejores prácticas que permita, a quienes quieren ayudar, un mayor aprovechamiento de los programas de viajes en los que participan.



Por otro lado, será de beneficio para las pequeñas empresas turísticas locales puesto que les permitirá conocer el impacto que estos programas pueden tener en sus negocios, les facilitará herramientas para desarrollar estrategias que les permitan equilibrar la competencia que existe con estas organizaciones.

Por último, pero no menos importante, será una fuente de información relevante para el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), puesto que hasta el momento se desconocen las estadísticas de turistas que llegan al municipio por medio de estas organizaciones, ya que estos no se registran en las empresas de alojamiento ni en la Oficina de Información Turística (OIT) de la ciudad; quienes son las principales proveedores de información estadística para INTUR, puesto que las organizaciones facilitan a los turistas solidarios toda la logística durante su estadía.

Así mismo, facilitará al INTUR herramientas para mejorar o desarrollar estrategias para la regulación de los programas de turismo solidario promovidos por estas organizaciones, así como para la regulación de la información utilizada por estos organismos, para la promoción de los viajes a Nicaragua.



III. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

3.1 Marco Referencial⁴

Generalidades del municipio de León.

El municipio de León tiene una extensión territorial de 820.19 Km², con una población aproximada de 201,100 habitantes, al año 2012⁵ y sus límites geográficos son: Al Norte con los municipios de Quezalguaque y Telica, al Sur con el Océano Pacífico, al Este con los municipios de Larreynaga, La Paz Centro y Nagarote y al Oeste con los municipios de Corinto y Chichigalpa (Departamento de Chinandega).

El municipio esta subdividido en aproximadamente 102 barrios en la zona urbana y 26 comarcas en la zona rural (Poneloya/ Las Peñitas, Trohilo, Goyena, Abangasca, Platanal, El Tololar, Monte Redondo, Palo de Lapa, Miramar, Lechecuajo, El Obraje, Barzones, El Almendro, El Chague, Las Chácaras, El Convento, La Ceiba, Chácara Seca, Amatitán, Hato Grande, Sagrado Corazón de Jesús, San Pedro, El Pastor, Santa Elena y Salinas Grandes).

Economía⁶: De acuerdo al censo económico realizado por INIDE (Instituto Nacional de Información de Desarrollo, 2010) el municipio de León cuenta con una diversa gama de actividades económicas entre las cuales destacan: 1- venta al por menor en almacenes no especializados, 2- fabricación de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores y sus motores, 3- Restaurantes, bares y cantinas.

Educación⁷: en el municipio existen centros educativos públicos y privados de todas las etapas; Pre-escolar, Primaria, secundaria y universitario. En cada una de

⁴ <http://www.inide.gob.ni/censos2005/CifrasMun/Leon/LEON.pdf>

⁵ INIDE, Población Total, estimada al 30 de Junio del año 2012.

⁶ <http://www.inide.gob.ni/CensoEconomico/InformesDept/ceu2010Leon/ICeu2010Leon/assets/common/downloads/INFORME%20DEPARTAMENTO%20DE%20LEON.pdf>

⁷ http://www.inide.gob.ni/Anuarios/Anuario2008/ModuloII-Social/ModuloII_SeccionII.2.pdf



estas al 2008 había 8,307 estudiantes matriculados en pre-escolar, 25,846 en primaria y 17,929 en secundaria.

En la zona rural el acceso a la educación es más limitado, se cuenta mayormente con servicios de educación primaria y las escuelas se encuentran a grandes distancias de algunas comarcas, lo que funge como limitante tanto para maestros como para niños.

Salud⁸: el municipio cuenta con la escuela de medicina de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua; UNAN – León, así mismo es sede departamental del Ministerio de Salud y el Hospital Escuela Oscar Danilo Rosales Arguello (HEODRA), además se encuentran algunos centros de salud en diferentes barrios urbanos (Sutiaba, Rubén Darío, El Calvarito, por ejemplo) y zonas rurales. Existen también algunas clínicas privadas como: La Fraternidad, AMOCSA, San José. Centros de imágenes diagnósticas, laboratorios y consultorios de médicos generales y especialistas privados.

De acuerdo a estudios realizados por la Organización Panamericana de la Salud (paho.org) el sistema de salud en Nicaragua es mayormente desigual con las poblaciones económicamente más desfavorecidas.

Agua⁹: Así como en la mayoría de las cabeceras municipales, León cuenta con redes de abastecimiento de agua y disposición de recursos hídricos, cuando existen zonas sin acceso a la red de abastecimiento cuentan con pozos o puestos públicos. La Organización Panamericana de la Salud (paho.org) menciona que la falta de acceso a agua de calidad para consumo humano es una de las razones principales de padecimientos de enfermedades diarreicas.

⁸ Ministerio de Salud MINSA

⁹ <http://www.inifom.gob.ni/municipios/documentos/LEON/leon.pdf>



Religión¹⁰: La ciudad de León, así como el país en general, tiene muy arraigada la tradición católica que impusieron los conquistadores españoles. Existe un gran número de expresiones culturales que se derivan de la tradición o creencia católica.

3.2 Marco Conceptual

Con el propósito de facilitar una mejor comprensión de la presente investigación, se presentan los conceptos que están relacionados al estudio.

Análisis: Estudio detallado de algo, especialmente de una obra o de un escrito. (Real Academia Española)

Efecto Socioeconómico: Refiere a lo sucedido como resultado de una acción que incide directamente a factores sociales y económicos. (Creación propia)

Misionero: adj. Pertenciente o relativo a la misión que tiene por objeto predicar el evangelio. (<http://dle.rae.es>)

Organización no Gubernamental (ONG): Organización de iniciativa social independiente de la administración pública, que se dedica a actividades humanitarias, sin fines lucrativos. (<http://dle.rae.es>)

Turismo: El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo mayor a 1 día e inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros". (OMT, 1994). <https://pub.unwto.org>

Turismo Religioso: son las actividades turísticas vinculadas a las prácticas religiosas en lugares determinados con un significado religioso. (<http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9123/TurismoReligioso.pdf?sequence=1>)

¹⁰ [http://www.ecured.cu/Patrimonio_religioso_de_Le%C3%B3n_\(Nicaragua\)](http://www.ecured.cu/Patrimonio_religioso_de_Le%C3%B3n_(Nicaragua))



Turismo Solidario: Consiste en las actividades con enfoque de ayuda social, económica o espiritual no remuneradas, que realizan los turistas con la finalidad de brindar cualquier tipo de asistencia a las poblaciones que, por diferentes circunstancias, se encuentran en situación de pobreza. (Creación propia)

Turista: El nacional y el extranjero residente que, con fines de recreo, vacaciones, salud, instrucción, religión, deporte, familia, negocios, misiones y reuniones, visite dentro de la República una localidad distinta a su domicilio. (Ley 298, Capítulo IV – Artículo 26 y 27)

Turista Solidario: Turista cuyo propósito de viaje es brindar ayuda social, económica o espiritual (ie. misioneros) a las poblaciones económicamente más desfavorecidas. (Creación propia)

3.3 Marco Teórico

3.3.1 Turismo Alternativo y derivados

Debido a la dificultad que ha existido para la conceptualización de turismo solidario, así como su gran similitud con otros modelos de turismo y los pocos antecedentes que abordan este tema a profundidad, se considera necesario tomar en cuenta las conceptualizaciones y/o características de los siguientes modelos de turismo expuestos a continuación, los cuales (para algunos autores) son considerados modelos derivados del turismo alternativo.

Turismo Alternativo¹¹: consiste en los viajes que se realizan con el objetivo de formar parte de las actividades de recreación y/o culturales de los sitios visitados.

Turismo Comunitario: refiere a la organización empresarial en las comunidades con el fin de aprovechar el patrimonio local e impulsar el desarrollo de los miembros de las organizaciones comunitarias. Así mismo el turismo comunitario

¹¹ <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>



consiste en el intercambio cultural de turistas y comunitarios. (López Guzmán - Guzmán y otros)

Este tipo de turismo también implica la interrelación estrecha entre visitantes y comunitarios, sin embargo se diferencia del turismo solidario porque no promueve el trabajo que realizan las ONG´s, sino la organización y el trabajo comunitario. El enfoque del turismo comunitario es la creación de actividades alternas para la generación de empleos y la sensibilización cultural en los turistas a través de la práctica de las actividades rutinarias de los comunitarios; ordeño, siembra y cosecha, cabalgatas, otras.

El turismo comunitario es impulsado o promovido principalmente por las mismas comunidades y se genera ingresos para todos los involucrados en las actividades comunales, (Ejemplo: Comunidad La Garnacha, Estelí - Nicaragua).

Turismo Justo: Consiste en el intento de mitigar la situación de marginación en la que se encuentran los receptores de turismo, puesto que estas no tienen la capacidad u oportunidad de gestionar sus recursos ni implementar un modelo de desarrollo que, ellos como receptores, consideren más beneficioso desde la perspectiva de mercado receptor. Este modelo tiene como objetivo impulsar, a través del turismo, el desarrollo de las comunidades con la implementación del modelo propio más viable. Sin embargo, al hablar de turismo justo, se debe tomar en cuenta quienes son los promotores y mayores beneficiados de esta práctica ya que si el propósito es mitigar la marginalización de los receptores de turismo, el beneficio debería estar dividido en partes iguales o a favor de los receptores en situación de marginación. (López Guzmán – Guzmán y otros)

Turismo Religioso: El turismo religioso se caracteriza por el desplazamiento de las personas que tienen la intención de formar parte de diferentes actividades, tales como: peregrinaciones, retiros o encuentros religiosos, visita a santuarios, entre otros. (http://sdt.unwto.org/sites/all/files/pdf/summary_sp.pdf)



Turismo Responsable: Este se caracteriza por la sensibilidad cultural que se tiene hacia los lugares y sus habitantes, lo que permite minimizar los impactos y garantizar un intercambio provechoso entre los involucrados. Se debe tomar muy en cuenta que algunos conceptos o modelos, como el turismo responsable, han sido implementados o formulados mayormente para países desarrollados, a como plantean López Guzmán- Guzmán;...*“Esta filosofía está bastante asentada en Italia. De hecho, en este país existe una larga tradición en este tipo de viajes alternativos que se vertebran a través de la Asociación Italiana de Turismo Responsable”*. (The Internacional Centre for ResponsibleTourism).

De tal manera que la implementación de algunos modelos o sus conceptos podría no ser aplicables a la realidad en la que se encuentran muchos países en vías de desarrollo.

Turismo Solidario: Según lo planteado por Tomás J. López-Guzmán Guzmán y otros, este modelo de turismo es una actividad económica enfocada en el progreso de poblaciones afectadas en países en vías de desarrollo, tratando de minimizar los impactos en las zonas intervenidas, de manera que se preserve la identidad cultural, así mismo busca el fortalecimiento de la economía local.

Además plantea la necesidad de una interrelación entre turistas y comunitarios, permitiendo que el turista forme parte de actividades laborales (no remuneradas) en la comunidad.

Cabe mencionar que una de las principales características, de este modelo, que plantea López Guzmán – Guzmán son los promotores y ejecutores de este tipo de turismo; Organizaciones no Gubernamentales (ONG´s), dicho de otra manera este modelo normalmente no es llevado a cabo por tour-operadores o agencias de viaje tradicionales, convirtiéndolo en una limitante, ya que realizan solo las actividades sugeridas o impuestas por estas entidades o en algunos casos las ONG´s adaptan



estas, según la demanda de los interesados; sin tomar en cuenta la opinión de las comunidades locales.

De acuerdo a la experiencia de los autores (de este estudio), se considera que este modelo posee una premisa que no se ha tomado en cuenta; el turismo solidario se podría sub dividir en dos tipos: los que responden a situaciones de emergencia tales como terremotos, huracanes, inundaciones, entre otras y los que responden a situaciones de pobreza. Esta última, por ser promovida por las organizaciones que trabajan en las zonas de pobreza, se enfoca en el manejo de grupos e implementación de programas en una zona única incidiendo en la percepción de los involucrados (locales y visitantes).

Por otro lado, esta actividad podría estar implementando prácticas que obstaculizan el desarrollo socioeconómico de algunas comunidades (de los países en vías de desarrollo) que cuentan con condiciones menos favorables, pero que enfrentan problemáticas que se agravan (ej. Desempleo = ocupación de puestos de trabajos necesarios por “Voluntarios”, “Misioneros” o “Pasantes/ Internos”). De manera general se podría decir que el enfoque principal es solucionar problemas a corto plazo, cuando se integran grupos. (Basado en la experiencia de los autores).

Ejemplo de esto es lo planteado por Steve Corbett y Brian Fikkert; ambos profesores de económicas y desarrollo comunitario en Covenant College, Georgia – Estados Unidos, en su libro *“Helping without hurting in short term missions”* (Ayudando sin perjudicar en misiones de corto plazo) que sugieren que los fondos invertidos en viajes misioneros de corto plazo podrían ser utilizados para cubrir los costos del recurso humano local que labora en estas entidades, especialmente cuando muchos de los turistas solidarios no cuentan con conocimiento del idioma del país que visitan o una preparación académica necesaria, lo cual les dificulta tener sensibilidad cultural hacia la población local o la intención de ayudar se resume en tomar acciones que podrían ser más eficientes y eficaces si fueran realizadas por la población local.



Sin embargo, según la experiencia de los autores del presente estudio, Steve Corbett y Brian Fikkert brindan sus comentarios y sugerencias aún sin tomar en cuenta a totalidad la perspectiva local, insistiendo que es necesaria la intervención de inversionistas, misioneros o cooperantes de países desarrollados en los países en vías de desarrollo, sin tomar en cuenta que estos han tenido intervención por muchos años y la situación sigue siendo la misma.

División del turismo alternativo (creación propia)



3.3.2 Elementos de efectos socioeconómicos

Se debe también tomar en cuenta los efectos socioeconómicos que implica el turismo de forma general. Cabe mencionar que usualmente estos efectos no son abordados de forma conjunta, es decir que se abordan como efectos o impactos económicos, sociales o socioculturales de manera individual. Así mismo se debe estar claro que estos pueden ser positivos o negativos, en dependencia de la perspectiva de estudio de caso.

- **Efectos económicos del turismo** cuando se aborda el aspecto económico del turismo, usualmente se habla de generación de empleos, implementación de



nuevas actividades productivas o aumento de las ya existentes, mejoramiento de infraestructuras, entre otros. (Fernández Miranda, 2011).

Sin embargo, generalmente no se aborda el tema de la mejora de los servicios públicos; salud, transporte, educación, o no se afrontan con una perspectiva crítica para hacer referencia de los aspectos negativos consecuencia del turismo, como por ejemplo el encarecimiento de estos servicios.

Aun cuando existe una reducción de la tasa de desempleo y mejora de los servicios públicos, no implica necesariamente un desarrollo satisfactorio para los receptores de turismo, especialmente cuando son países en vías de desarrollo. Esta aseveración se fundamenta en que existen regulaciones, políticas públicas o leyes de incentivos que favorecen a los inversionistas nacionales y extranjeros, permitiéndoles tomar el mayor provecho implementando tasas salariales que no representan ni el 25% del valor del mismo servicio en un país desarrollado.

Un ejemplo muy pertinente es el citado por el Dr. Robert Lupton; quien obtuvo su PhD en psicología en la universidad de Atlanta - EU, en su libro "*Toxic Charity*" (Caridad Tóxica) donde menciona que estas prácticas podrían estar teniendo un impacto negativo ya que las actividades que los turistas solidarios; misioneros, realizan (en muchos casos) podrían ser un obstáculo para aquellas personas desempleadas en las zonas de pobreza, ya que estas podrían realizar esas actividades para generar ingresos propios.

De igual manera el Dr. William MacAskill, profesor adjunto de Psicología en el colegio Lincoln de la Universidad de Oxford – Reino Unido, en su libro "*DOING GOOD BETTER*" (Haciendo lo bueno mejor) habla de cómo las buenas intenciones guiadas por el sentimentalismo pueden ocasionar un derroche innecesario de recursos y perjudicar a aquellos a quienes se pretende ayudar.



- **Efectos Socioculturales** el turismo es uno de los principales detonantes de los efectos socioculturales, no solo para los receptores de turismo sino para quienes practican esta actividad. El motivo principal es la interrelación entre turistas y población receptora, ya que, esta interrelación fomenta el intercambio de información variada, la cual puede incidir en el comportamiento de las personas.

Por tal razón en el tema de sostenibilidad turística se hace hincapié al equilibrio entre las costumbres y tradiciones, identidad y valorización de la cultura.

(<http://www.solucionesturisticassostenibles.com/noticias/noticia2.pdf>)

De acuerdo a Fernández Miranda, una de las implicaciones más acentuadas que puede incidir en los cambios socioculturales de una determinada comunidad, ciudad, país o región, es la capacidad de toma de decisiones y gestión de la población receptora, ya que si esta no tiene facultades para decidir y gestionar, entonces serán entidades foráneas quienes tomaran esa tarea y originará mayores impactos sociales y culturales, principalmente negativos.

Si bien es cierto que Fernández Miranda hace referencia, con estas aseveraciones, al turismo de masas, debemos tomar en cuenta que existen características muy similares al turismo solidario que se podrían estar implementando en algunos países en vías de desarrollo, como lo citado a continuación:

“...dadas las relaciones asimétricas de poder existentes, más que en un intercambio se suele traducir en una imposición, de valores, visiones, cosmovisiones y estilo de vida. En el mejor de los casos, parte de la población autóctona se adapta para poder sacar algún tipo de provecho de ello, aunque no existe un intercambio como tal porque la correlación de poder es ciertamente desigual” (Fernández Miranda, 2011).

Ejemplo de esto son los turistas que vienen con estas ONG's con el propósito de utilizar sus habilidades sin tomar en cuenta que una de las mayores problemáticas



en estas comunidades es el desempleo, falta de atención médica u otra. Sin embargo a los turistas les es permitido (por parte de la ONG y población) llevar a cabo estas actividades, puesto que su aporte económico es muy necesario. Dicho de otro modo, se le da mayor importancia a la satisfacción de los deseos o necesidades de los visitantes que a las necesidades de los miembros de las comunidades.

Este es el caso de las organizaciones que promueven y ejecutan actividades para turistas solidarios, generalmente estas coordinan grupos como una actividad ajena a los proyectos o solo con el fin de promocionar las carencias de la población o los proyectos que llevan a cabo.

El Dr. Robert Lupton, plantea que esta situación podría estar creando un problema social mayor; dependencia hacia los misioneros, voluntarios o cooperantes, pérdida de la dignidad de las cabezas de familia al ver que deben esperar donaciones de terceras partes para satisfacer las necesidades de sus hijos, pérdida de la identidad cultural al implementarse programas o proyectos que deben cumplir con las exigencias de las organizaciones extranjeras o sus cooperantes sin tomar en cuenta los antecedentes históricos y socioculturales del territorio intervenido (Ver Anexo 2).

A pesar que el Dr. Lupton tiene algunas observaciones muy acertadas, lo hace desde su perspectiva y con conocimiento limitado de la cultura. A través de la práctica de las acciones que Lupton menciona, se está fomentando un comportamiento irracional en algunas poblaciones; hombres que no asisten a trabajar en un día específico porque usualmente ese día se acostumbra a recibir visita que regalan comida u algún otro bien material. O quizás un descontrol prenatal porque se conoce de programas de alimentación, becas u otros que les facilitarán la manutención de un niño o niña.



3.3.3 Características de poblaciones en condiciones de pobreza

De forma global se consideran poblaciones en condiciones de pobreza todos aquellos países denominados en vía de desarrollo; entre los cuales se encuentran un gran número de países latinoamericanos, o una gran parte de la población de esos países.

En Nicaragua, se clasifican en pobreza severa, pobreza alta, pobreza media y pobreza baja; según el Instituto Nacional de Información del Desarrollo (INIDE, 2008)¹², cabe mencionar que las zonas con mayor índice de pobreza severa en Nicaragua (según INIDE) son Región Autónoma de la Costa Caribe Norte - RACCN, Región Autónoma de la Costa Caribe SUR - RACCS, Jinotega y Río San Juan (Ver Anexo 3).

A continuación las características de cada clasificación:

- a. Pobreza severa: consiste en los hogares cuyo nivel básico de satisfacción es nulo: se encuentra hacinados, los materiales de construcción se consideran inadecuados, los servicios básicos (agua, aguas serviles) son insuficientes, los habitantes del hogar cuentan con un nivel de educación bajo.
- b. Pobreza alta: todo hogar que cuente con la satisfacción de al menos 2 de las 5 variables mencionadas: hacinamiento, vivienda inadecuada, servicios insuficientes, baja educación y dependencia económica.
- c. Pobreza media: los hogares que satisfagan 3 de las 5 necesidades básicas.
- d. Pobreza baja: todos los hogares que satisfagan 4 de las 5 necesidades básicas.

El método que se utiliza para poder identificar estas poblaciones es el NBI (Necesidades básicas insatisfechas) que toma como variables, la relación del tamaño de la vivienda y el número de personas que habitan en ella, las condiciones de las viviendas (materiales de construcción de las paredes, techo y

¹² INIDE <http://www.inide.gob.ni/censos2005/CifrasMun/Leon/LEON.pdf>



pisos de la vivienda), las limitaciones al acceso de los servicios públicos (principalmente agua y saneamiento), el nivel de escolaridad (existencia de centros escolares o asistencia a uno) y los ingresos económicos (nivel educativo en conjunto con la accesibilidad a un trabajo).

También existen programas para mitigar esta situación en diferentes zonas geográficas, ejemplo de ello es el programa de la OMT denominado ST-EP (*Sustainable Tourism Eliminating Poverty*) cuyo objetivo es ayudar a países en vías de desarrollo.

3.3.4 Competencia del Instituto Nicaragüense de Turismo en cuanto a la regulación de la oferta de turismo solidario por las Organizaciones no Gubernamentales.

La Ley 298, Ley creadora del Instituto Nicaragüense de Turismo - INTUR, dicta **“CAPITULO VIII, PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS, Sección 1. De los Prestadores de Servicios Turísticos. Artículo 56.-** *De los prestadores de servicios turísticos: Se entiende por " Prestador de Servicios Turísticos", cada persona natural o jurídica quien de forma habitual y mediante paga, proporcione, intermedie o contrate con el usuario o turista, la prestación de los servicios de la industria turística. Artículo 57.- Se consideran prestadores de servicios de la industria turística las siguientes empresas: a) Servicios de alojamiento. b) Servicios de alimentos y bebidas. d) Turismo interno y receptivo. e) Transporte. f) Guías.”*

Esta clasificación implica la prestación de servicios que podrían estar siendo facilitados por las Organizaciones No Gubernamentales.

Por ejemplo, algunos artículos de la ley abordan la naturaleza de las agencias de viaje, las cuales son personas naturales o jurídicas que sirven de intermediarios entre viajeros y prestadoras de servicios utilizados por los mismos, poniéndolos a disposición de quienes deseen utilizarlos. Por otro lado las operadoras de viajes



son todas aquellas que promocionan y operan sus propios paquetes turísticos. En tal caso algunas ONG's funcionan de ambas maneras ya que intermedian con algunos prestadores de servicios y/o hacen promoción y operación de sus propios paquetes (independientemente que no sea turismo convencional).

Igual relevancia tiene la Ley 495 que cita textualmente **“CAPITULO III, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL INTUR, Sección 1. De la estructura, funcionamiento y atribuciones del Órgano Rector. Artículo 16.- De las atribuciones Generales del INTUR. Además de las atribuciones contempladas en el artículo 6 de la Ley No. 298, de conformidad con la presente Ley, compete al INTUR las siguientes: 4. Normar las actividades de los prestadores de servicios. Artículo 17.- De las funciones del INTUR. Además de las funciones establecidas en el artículo 6 de la Ley No. 298, Ley Creadora del Instituto Nicaragüense de Turismo, de conformidad con la presente Ley, son funciones del INTUR las siguientes: q) Cumplir y hacer cumplir las normas previstas en la presente Ley y demás leyes, reglamentos, normativas y disposiciones vinculadas con la industria turística”**, entre otros artículos.

Ley General de Turismo, que puntualiza que toda persona natural o Jurídica que de forma habitual y mediante paga, proporcione, intermedie o contrate con turistas, la prestación de servicios de la industria turística será considerada “Prestador de Servicio Turístico”. Además, la ley 495 establece que son prestadores de servicio de la industria turística toda persona natural o jurídica que se dedica al turismo interno y receptivo.

3.3.5 Otras competencias del INTUR ante las ONG's que reciben grupos

La ley de reforma parcial (ley 724) a la ley 495 establece en su capítulo 4 que los hoteles deberán cobrar el 2% del servicio como impuesto para INTUR y declarar los ingresos recaudados en concepto de habitaciones, sin embargo muchas organizaciones prestan el servicio de hospedaje a los grupos recibidos sin ser supervisados o cuestionados por la institución.



Y más importante es el funcionamiento como operadoras de viajes, ya que ellas ofertan sus paquetes en el extranjero.

3.3.6 Organizaciones no Gubernamentales (ONG's) y su función en la actividad turística.

La Ley 147¹³; Ley General Sobre Personas Jurídicas Sin Fines de Lucro, establece que las organizaciones no gubernamentales u organizaciones sin fines de lucro pueden ser civiles o religiosas y cualquiera sea su índole, deben cumplir con lo establecido en la ley. Una de los cumplimientos más relevantes, de acuerdo a esta ley, es que estas organizaciones deben ser para un servicio con finalidad de beneficio público.

La ley también establece que todas las organizaciones constituidas deben ser explícitas en cuanto a su naturaleza, objeto y finalidad. Deben, además, informar sobre todas sus donaciones a los ministerios pertinentes; Ministerio de Gobernación y Ministerio de cooperación externa.

Las personas jurídicas extranjeras deberán presentar su documentación (del país de origen) al Departamento de Registro y Control de Asociaciones del Ministerio de Gobernación, y serán regidas por la misma ley.

Cabe mencionar que la ley también establece que las organizaciones no podrán dedicarse a ninguna actividad que no corresponda a los fines con los que fueron creados.

Por lo antes expuestos debe cuestionarse cuál es el beneficio de la actividad de turismo interno y receptivo, que realizan estas organizaciones, para las poblaciones donde desarrollan sus actividades. Además se debe ser crítico para poder separar la cartera de proyectos de las ONG's de la captación de grupos, ya

13

[http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(%AII\)/F16E39766C5C7AFE062570A100577C41?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/(%AII)/F16E39766C5C7AFE062570A100577C41?OpenDocument)



que en general las ONG's deben presentar una cartera de proyectos a llevar a cabo, la cual no necesariamente debe depender de una actividad comercial.

3.3.7 ONG's y venta de bienes o servicios

La ley 453¹⁴, ley de equidad fiscal, en el Título II IMPUESTOS SOBRE LA RENTA en su capítulo I dicta:

“Artículo 3. Creación y Ámbito. Créase el Impuesto sobre la Renta, en adelante denominado IR, sobre toda renta neta de fuente nicaragüense obtenida por personas, cualquiera sea su nacionalidad, domicilio o residencia, inclusive si el bien o el servicio se paga fuera de Nicaragua.

Para la aplicación del IR, son personas las naturales o jurídicas y las unidades económicas, sean nacionales o extranjeras, residentes o no en Nicaragua.

Artículo 4. Origen de la renta neta. Es renta neta de fuente nicaragüense, la que se deriva de bienes o activos existentes en el país; de servicios prestados a personas en el territorio nacional, aun cuando el que brinde el servicio no haya tenido presencia física; o de negocios llevados a cabo o que surtan efecto en la república de Nicaragua, sea cual fuere el lugar donde se percibe dicha renta.”

Además en su capítulo II dicta:

“Artículo 10. Exenciones. 5. Las instituciones de beneficencia y de asistencia social, las asociaciones, fundaciones, federaciones y confederaciones, que tengan personalidad jurídica, sin fines de lucro;

Cuando estas mismas instituciones realicen actividades remuneradas que impliquen competencia en el mercado de bienes y servicios, la renta proveniente de tales actividades no estará exenta del pago de estos impuestos.

¹⁴ http://www.dgi.gob.ni/documentos/Ley_453_Ley_de_Equidad_Fiscal_con_Reformas.pdf



Si bien es cierto que las ONG's están exentas de impuestos, esto es cuando hacen obras de beneficencia, sin embargo queda claro que algunas actividades les permiten obtener un ingreso por la prestación de bienes y servicios que puede no tener relación a la actividad por la cual fue constituida, más importante es el hecho de que están creando una competencia en el mercado de bienes y servicios.

Por tal razón se debe tomar en cuenta la presente ley que dicta que aunque estas organizaciones estén recibiendo una remuneración en el extranjero por el manejo de los grupos en nuestro país, estas están sujetas a pagar impuestos; ya que no son las personas de escasos recursos (para quienes se constituyeron) quienes están obteniendo los servicios y aunque así fuese no es un servicio gratuito.

Más relevante es el tomar en cuenta que si estas deben pagar impuestos por favorecerse de la prestación de bienes o servicios, es imprescindible que de igual manera cumplan con las regulaciones de los entes reguladores; INTUR, DGI, MINSA, entre otros.

3.3.8 Rol de las Iglesias en el turismo solidario

Las Iglesias que profesan el cristianismo son, mayormente, las que viajan en grupos a países en vías de desarrollo con el objetivo de predicar su fe, conociendo a su vez, las problemáticas que afectan a sus habitantes, formando parte de iniciativas que permitan a las poblaciones de estos países, encontrar soluciones para mitigar sus situaciones.

Steve Corbett y Brian Fikkert, catalogan a Estados Unidos como uno de los principales emisores de misioneros y mencionan cómo ha venido creciendo el número de personas que viajan formando parte de grupos que se autodenominan misioneros, teniendo como destino, mayormente, los países en vías de desarrollo. Así mismo abordan algunas de las problemáticas que estas prácticas ocasionan: gastos de viajes que podrían ser utilizados para los proyectos que las



organizaciones implementan o para pago de mano de obra en los países en vías de desarrollo.

Actualmente en Nicaragua existe un gran número de turistas que visitan el país por medio de alguna organización, así mismo el número de organizaciones que prestan servicios o facilitan logística a estos turistas ha incrementado. Debido a que estas organizaciones pueden ser civiles o religiosas, también se encuentran iglesias implementando esta modalidad de turismo. (Experiencia de los autores)

3.3.9 Turistas Solidarios

Son todas aquellas personas que se movilizan a un sitio distinto al de su residencia habitual, y cuyos servicios adquiere por medio de alguna organización no gubernamental. De modo que su objetivo principal es brindar algún tipo de ayuda a las poblaciones económicamente empobrecidas y conocer los proyectos o programas que las ONG's están ejecutando.

Como menciona el Dr. MacAskill, una de las principales razones que tienen las ONG's para recibir grupos o voluntarios es que estos son donantes potenciales, representando una fuente de ingreso para estas, así mismo sugiere que habría un mayor beneficio si estos voluntarios invirtieran sus gastos de viaje en los proyectos que se están llevando a cabo, siempre y cuando se haga una investigación exhaustiva que demuestre el beneficio que realmente la ONG está causando.

Del mismo modo, el Dr. MacAskill sugiere que aquellas personas que se trasladan a vivir a un país en vías de desarrollo podrían incrementar la eficiencia de la ayuda quedándose en el país de origen, trabajando y apoyando económicamente programas de caridad eficientes.



IV. METODOLOGÍA

4.1 Método General

El método que se utilizó es el deductivo; ya que partió de situaciones generales como es el incremento de organizaciones que trabajan con grupos de turistas solidarios y el comportamiento de estos, para llegar a hechos particulares; identificar los efectos socioeconómicos que ha generado el turismo solidario en la población involucrada.

4.2 Método Específico

Se utilizó el método clínico ya que se estudiaron diferentes variables relacionadas a la misma problemática; ONG's, turistas solidarios, población local, INTUR, pequeños empresarios, para lograr el análisis de los efectos del turismo solidario, poder emitir un diagnóstico y proponer soluciones que mejoren la promoción e implementación de este modelo de turismo.

4.3 Nivel de la investigación

El nivel de estudio de la investigación fue Exploratorio, ya que no existían antecedentes de estudios preliminares sobre este tema y por tanto fue un estudio nuevo en abordar esta problemática.

4.4 Diseño de la investigación

Debido a que el estudio investigó las variables en su estado original, sin manipular ninguna información, el diseño fue No Experimental; asimismo fue de Corte Transversal ya que se realizó en un corte de tiempo específico (Marzo 10 – Abril 10, 2016) para la aplicación de los instrumentos que sustentarían el estudio.

4.5 Técnicas y fuentes de información

Primarias:

- Encuesta a los turistas solidarios, población local y prestadores de servicios turísticos, del municipio de León (Ver anexos).



- Entrevista a representante de las ONG´s del municipio de León, que reciben grupos de turistas (misioneros, médicos, entre otros) (Ver Anexos).
- Entrevista a la delegada departamental del INTUR.

Secundarias:

- Bibliográficas (revistas científicas, libros, otros)
- Electrónicas

4.6 Población y muestra

➤ **Respecto a las ONG´s:**

La **población** de este objeto de estudio fueron todas las ONG´s que operan en la ciudad de León.

El muestreo fue **No Probabilístico**, ya que no todas las organizaciones podrían ser parte del estudio debido a que (aunque existe un listado de ONG´s que operan en Nicaragua, no todas operan grupos, además el ente regulador de estas no lo facilitó), no se conoce un listado oficial de las ONG´s que prestan sus servicios de logística para grupos. Asimismo, fue un muestreo **Por Conveniencia**, dado que la selección de estas organizaciones estuvo determinada por los conocimientos de los autores en cuanto a ONG´s que reciben grupos; resultando un total de 10 Organizaciones no gubernamentales.

SuNica	Voice of Hope	Living Water	Nicamerican missions	Global Glimpse
El Ayudante	Viviendas León	Proyecto Minessotta	Just Hope	New Haven

➤ **Respecto a la Población Local:**

La **población** fueron los habitantes del municipio de León. El muestreo fue **probabilístico**, ya que cualquier individuo podría formar parte de la muestra, y fue un muestreo **aleatorio simple** puesto que todos en la población tenían la misma posibilidad de ser seleccionados.



Para la definición de la **muestra**, se aplicó una fórmula estadística, y del resultado, por cada encuesta aplicada en la zona urbana del municipio se realizaron dos en la zona rural, debido a que es donde se encuentran los mayores índices de pobreza; por lo cual es donde se enfoca más la ayuda de las ONG's. Las zonas urbanas y rurales que se tomaron en cuenta estuvieron predeterminadas por los conocimientos de los autores en cuanto a las zonas donde estas organizaciones han estado teniendo incidencia.

Barrios	Comarcas
Thomas Borge	Chácara seca
Ruben Dario	La ceiba
Sutiaba	San Pedro
Augusto Cesar Sandino	Trohilo
Reparto Adiac	Goyena

Variables:

$$Z^2 = \text{Coeficiente de confianza} = 91\% (1.96)^2 = 3.84$$

N= Población

$$p = \text{Probabilidad a favor} = 50\% = 0.5$$

$$q = \text{Probabilidad en contra} = 50\% = 0.5$$

$$e^2 = \text{Margen de error} = (0.09)^2 = 0.0081$$

n= Número de elementos de la muestra = ¿?

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1) E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (201,100)}{(201,100-1)(0.08)^2 + (1.96)^2 (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.25) (201,100)}{(201,099) (0.0064) + (3.8416) (0.25)}$$

$$\underline{\underline{193136.44}}$$



$$\frac{1287.03 + 0.9604}{}$$

$$n = \frac{193,136.44}{1,287.994}$$

n= 149.95 ≈ 150 personas.

➤ **Respecto a los turistas solidarios**

Debido a que no existían estadísticas que facilitaran un número específico de turistas solidarios que visitan el país, se aplicó un instrumento a todo aquel turista que se encontraba en la ciudad de León con alguna ONG al momento del estudio. El muestreo fue **probabilístico**, ya que todos los turistas tendrían la misma oportunidad de formar parte del estudio. Además, fue un muestreo **aleatorio simple** puesto que cualquiera tendría la oportunidad de ser encuestado. Para definir la muestra se realizó la siguiente fórmula:

Variables:

$$Z^2 = \text{Coeficiente de confianza} = 90\% (1.44)$$

$$p = \text{Probabilidad a favor} = 50\% = 0.5$$

$$q = \text{Probabilidad en contra} = 50\% = 0.5$$

$$E^2 = \text{Margen de error} = (0.09)^2 = 0.0081$$

$$n = \text{Número de elementos de la muestra} = ?$$

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{E^2} \qquad n = \frac{(1.44)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.08)^2}$$

$$n = \frac{(2.0736) (0.25)}{(0.0064)}$$

$$n = \frac{0.5184}{0.0064}$$

n= 81 turistas.

➤ **Respecto a los prestadores de servicios**



Se tomó como población a todos los prestadores de servicios turísticos del municipio de León, resultando 180 empresas, según registro de la Oficina de Información Turística de León del año 2014 (inscritos y no inscritos en INTUR).

El muestreo fue **no probabilístico**, ya que las empresas que podrían estar viéndose beneficiadas o afectadas por la venta de servicios de las ONG's eran todas aquellas empresas que facilitan servicios básicos de alojamiento, alimentos y bebidas, y tour operación. Fue un muestreo por **conveniencia** ya que se tomó como muestra a las empresas cuya actividad económica sea similar a los servicios que les facilitan estas organizaciones a los turistas solidarios. Dicho de otro modo, se tomaron como muestra de las empresas de: A&B (alimentos y bebidas) todas aquellas que ofrecen comida corriente; siendo el tipo de servicio que ofrecen las ONG's a sus visitantes, empresas de alojamiento, categorizadas como hostales y de las Tour operadoras existentes en el municipio de León, que no estuvieran relacionadas a actividades sin fines de lucro.

Cabe mencionar que las empresas que formaron parte de la muestra del estudio, fueron seleccionadas tomando como criterio que fueran empresas que estuviesen ubicadas en la zona central de la ciudad de León, que no fueran parte de una ONG's o fundación sin fines de lucro.

Por tanto la muestra calculada fue:

Tipo de empresa	Población	Muestra	Nombre de empresa
Comedores	6	6	Café La Rosita, Deja Vu, El Buen Sabor, Asados Pelibuey, San Benito, Sopas San Jose.
Hostales	32	32	Del Rey, El Albergue, Sin Frontera, Santiago de los Caballeros, The monkey republic, Malinche, Latina, San Sebastián, Colibrí, Fuente Castalia, El



			Nancite, D'Óviedo, La Clínica, Cerro Negro, Tortuga Booluda, Nicarao, Casa Vieja, America, Clary, Casona Colonial Guest House, Lazy Bones, La clínica, Madrid, Don Raul, La Siesta, León Imperial, Surfing Turtle, El Flamenco.
Tour operadoras	14	7	Hokano Adventures, Julio Tours, Eco Camp Expeditions, Tierra Tour, Karma Nica, Green Pathways, Maribios Tours.

4.7 Técnicas e Instrumentos

Las técnicas utilizadas en el presente estudio fueron las siguientes,

- Entrevistas, aplicadas a:
 - ✓ 10 Organizaciones No Gubernamentales que traen grupos extranjeros al municipio de León.
 - ✓ Al Instituto Nicaragüense de Turismo, INTUR-León.

- Encuestas, aplicadas a:
 - ✓ 150 personas; 50 en la zona urbana y 100 en la zona rural del municipio de León, tomando como referencia la incidencia que las ONG's han tenido en las zonas de estudio.
 - ✓ Empresas turísticas que facilitan los principales servicios turísticos; Alojamiento, A y B, Tour Operación. Siendo servicios similares los que prestan las ONG's a sus turistas.
 - ✓ Turistas Solidarios que se encontraban con alguna de estas ONG's en el periodo de aplicación de instrumentos.

4.8 Presentación de Resultados

Para la tabulación de resultados se utilizaron los programas EpiInfo 7 y Microsoft Excel 2010.



4.9 Problemáticas o limitantes del estudio

Para la realización de este estudio, se presentaron las siguientes problemáticas o limitantes que se plantean a continuación:

En primer lugar existía información limitada respecto al turismo solidario, aunque se encontró bibliografía respecto a la temática de voluntariado y misiones, solamente se encontró un artículo que abordaba el tema de turismo solidario como tal, sin embargo lo abordaba desde una perspectiva de la Unión Europea.

Por otro lado, la obtención de datos sobre las principales organizaciones que ofertan turismo solidario en el municipio de León, fue obstaculizada por el difícil acceso a la información en el Ministerio de Gobernación - MIGOB, ente regulador de las asociaciones, fundaciones y organizaciones, respecto a un listado oficial de las ONG's que funcionan en el municipio de León.

De igual manera se dificultó la obtención de información sobre los contenidos de los programas que oferta una de las organizaciones (El Ayudante; traen al menos 25 grupos por año con un mínimo de participantes de 15 personas) que formó parte de la muestra y que, por experiencia se conoce, que es una de las que más grupos trae a León.

Además, la problemática durante la aplicación de instrumento con la población local fue que a los encuestados se les dificultaba discernir entre los beneficios que obtenían cuando eran visitados por grupos de turistas y aquellos beneficios que generaban los proyectos o programas que las ONG's llevaban a cabo en sus respectivos barrios o comunidades independientemente de la visita de turistas solidarios.

Así mismo, las problemáticas al encuestar a empresarios locales fueron:

- a. Que muchos de ellos no conocían ninguna organización ni la actividad turística que estas realizan.



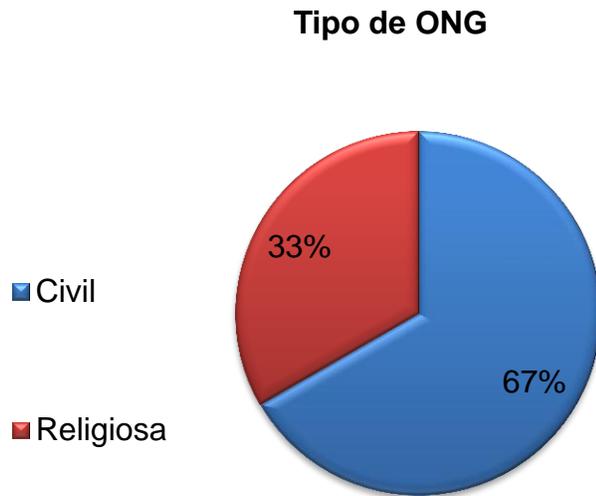
- b. Quienes conocían alguna organización, se les dificultaba diferenciar Organizaciones no Gubernamentales y tour operadores u otros prestadores de servicios turísticos.
- c. Algunas empresas estaban fuera del área delimitada, otras ya no estaban operando, otras cuyos empresarios no se encontraron o no quisieron brindar ninguna información, quedando 20 empresas (entre comedores, hostales y tour operadores) fuera del estudio.

Por último, la principal dificultad para la obtención de datos por parte de los turistas solidarios fue el hecho de que no todas las organizaciones entrevistadas tenían grupos al momento del estudio y en algunos casos el itinerario de sus programas era muy ocupado, limitando el número de encuestados a 43 turistas de los 81 que era la muestra prevista.

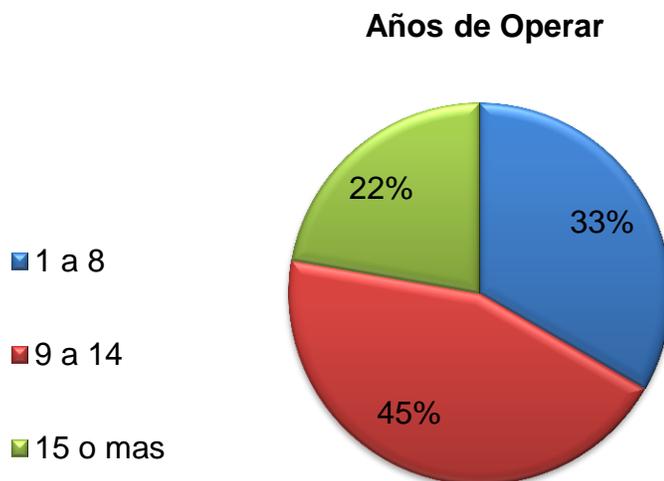


V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

5.1 Resultados de encuestas a Organizaciones no Gubernamentales (ONG)



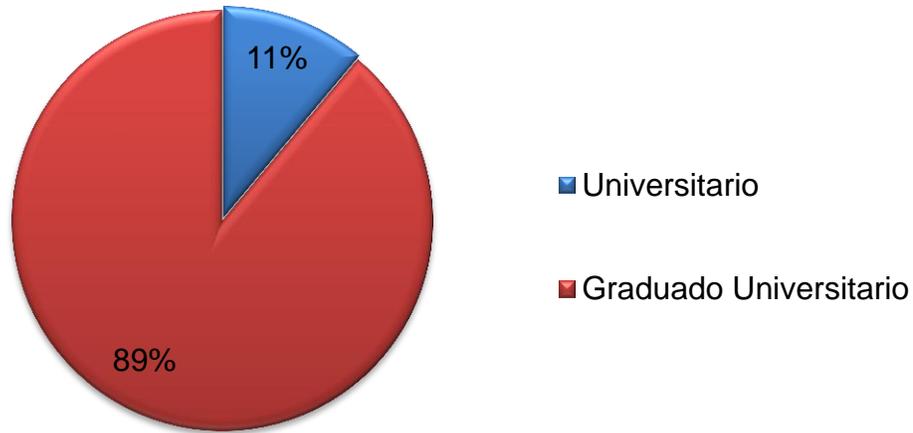
Respecto a los tipos de ONG, se observó que el 67% tienen un perfil civil y el 33% religioso.



En el presente gráfico, se observa que la mayoría de las organizaciones (45%) han estado operando entre 9 y 14 años en Nicaragua.

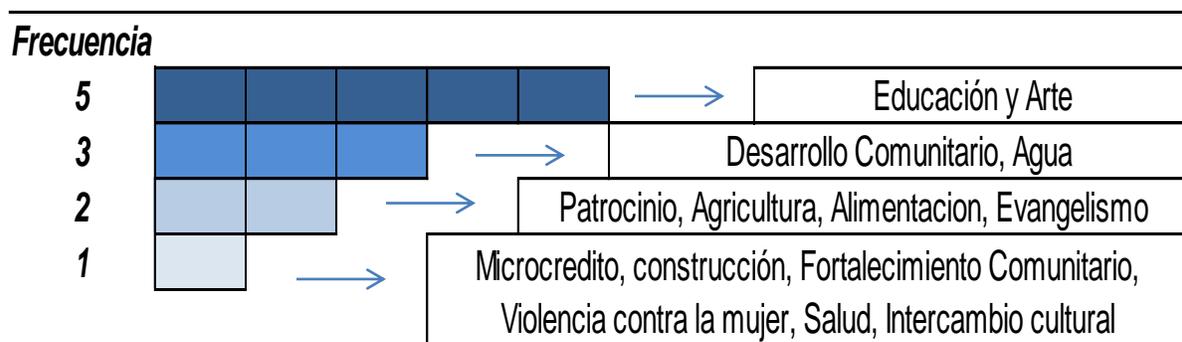


Nivel Académico del Entrevistado



El nivel académico de los entrevistados en su mayoría (89%) son graduados universitarios y solo un 11% no poseen título universitario.

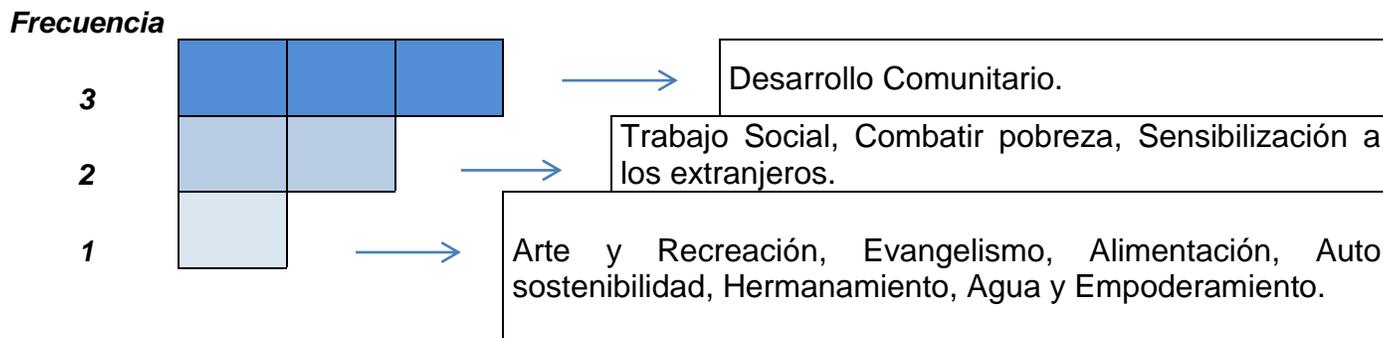
Gráfico 1. Cartera de proyectos o programas de la ONG's



Los proyectos o Programas que estas ONG's practican con mayor incidencia son Educación y Arte, seguidos de los proyectos Desarrollo comunitario y Agua

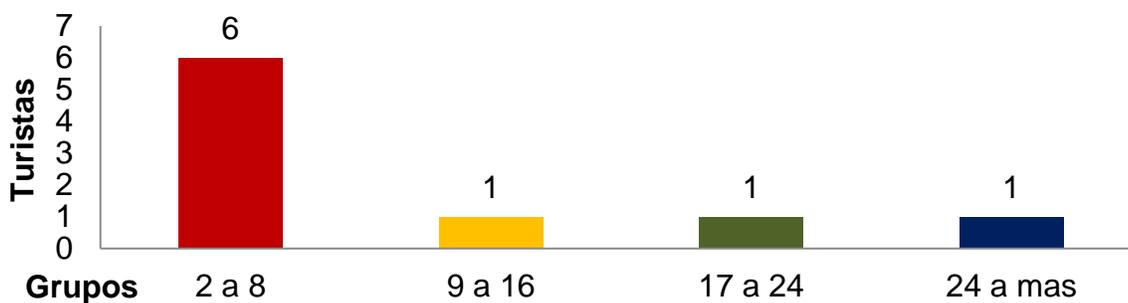


Gráfico 2. Objetivo o finalidad de estos proyectos o programas.



El principal objetivo de estas ONG'S en sus programas es el desarrollo comunitario.

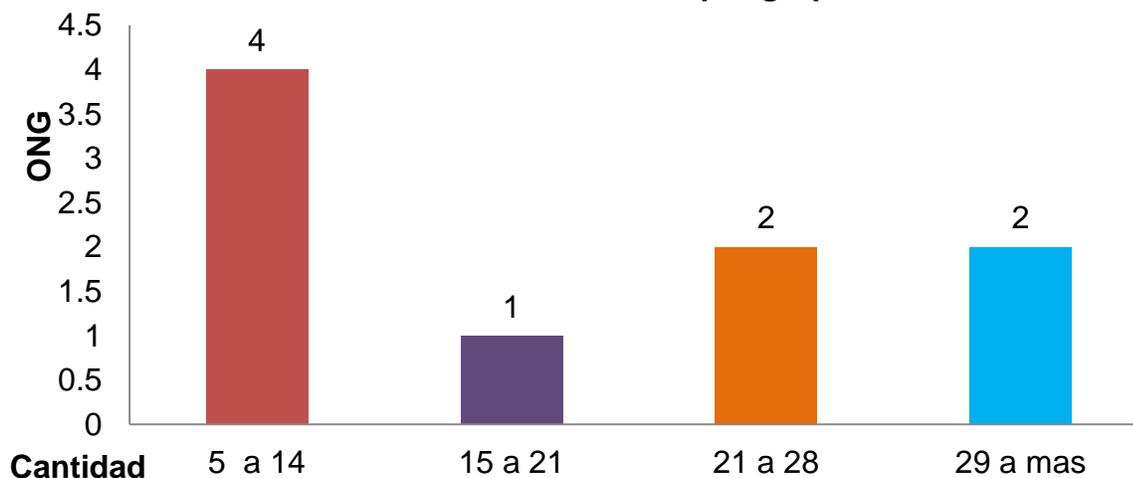
Gráfico 3. Cantidad de grupos de turistas que traen por años.



La mayoría de las entidades (6 ONG) reciben de 2 a 8 grupos al año. El resto de las entidades (3 ONG) reciben de 9 a más grupos por año.

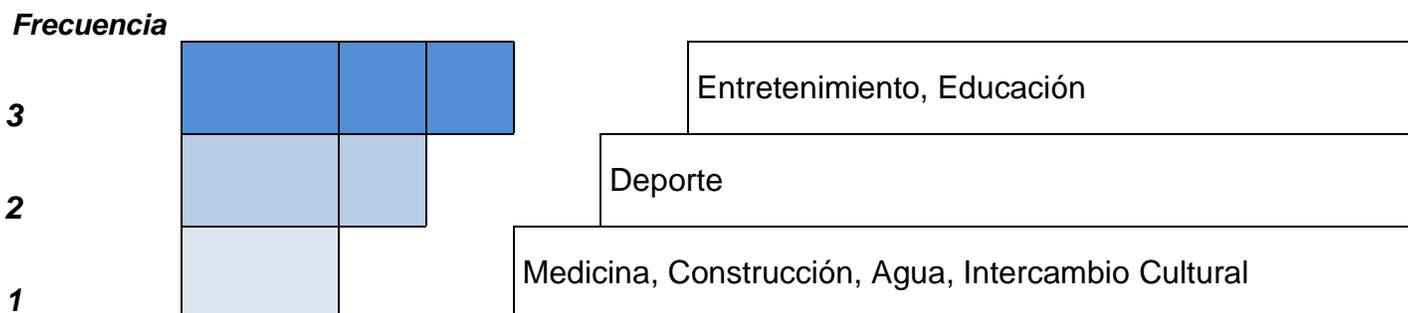


Gráfico 4. Promedio de Turistas por grupo



4 de las ONG entrevistadas mencionaron que la cantidad de personas que conforman sus grupos van de 5 a 14 participantes.

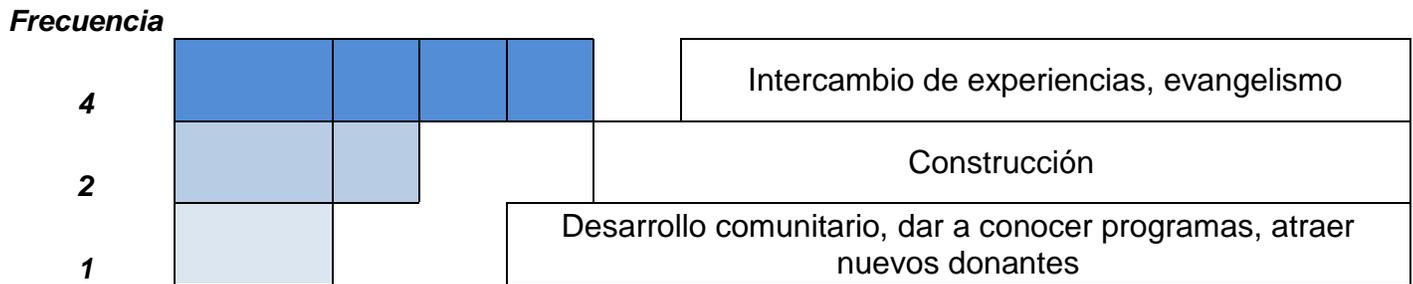
Gráfico 5. Principales actividades que realizan las ONG's con los grupos



Respecto a las actividades más implementadas por la ONG's con los turistas solidarios son entretenimiento y educación, en igual medida, seguido de la realización de deportes.

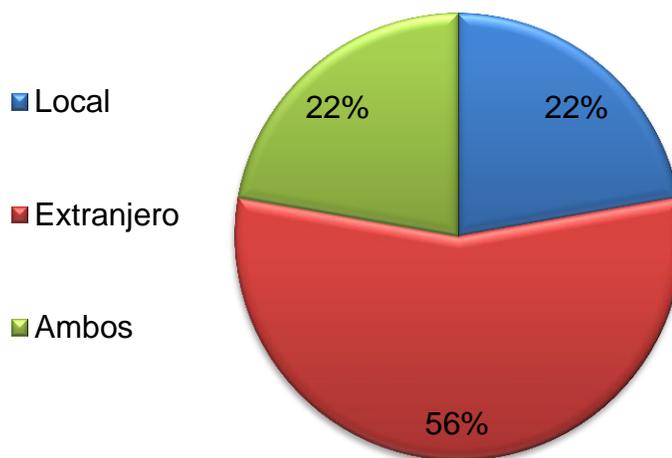


Gráfico 6. Objetivo de actividades

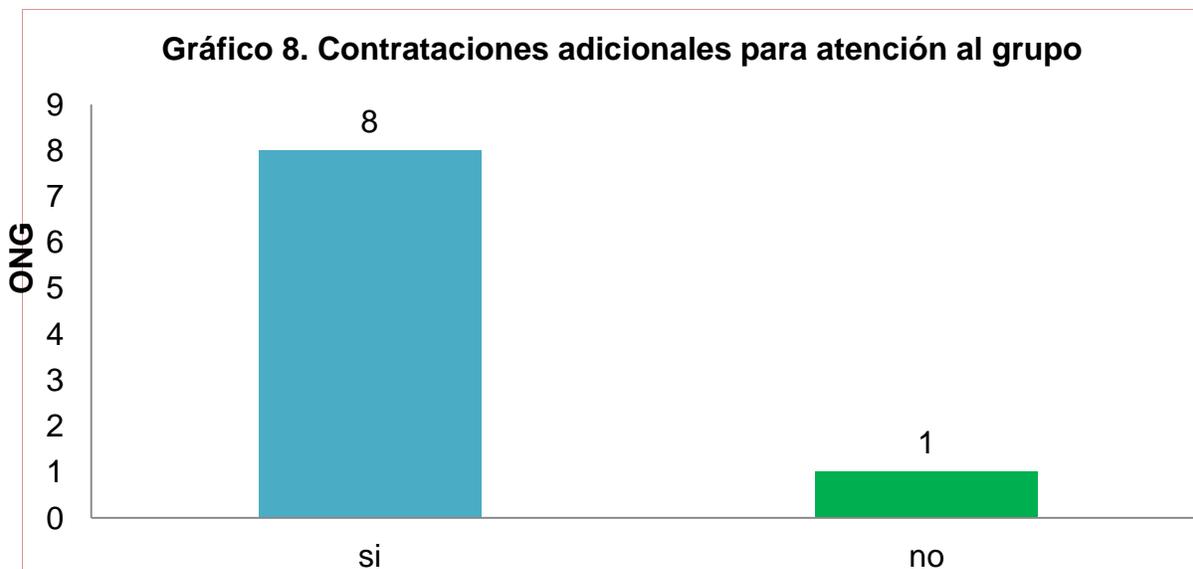


Las actividades que realizan los turistas solidarios con mayor incidencia son Intercambio de Experiencias y Evangelismo.

Gráfico 7. Quienes desarrollan los programas de actividades son:

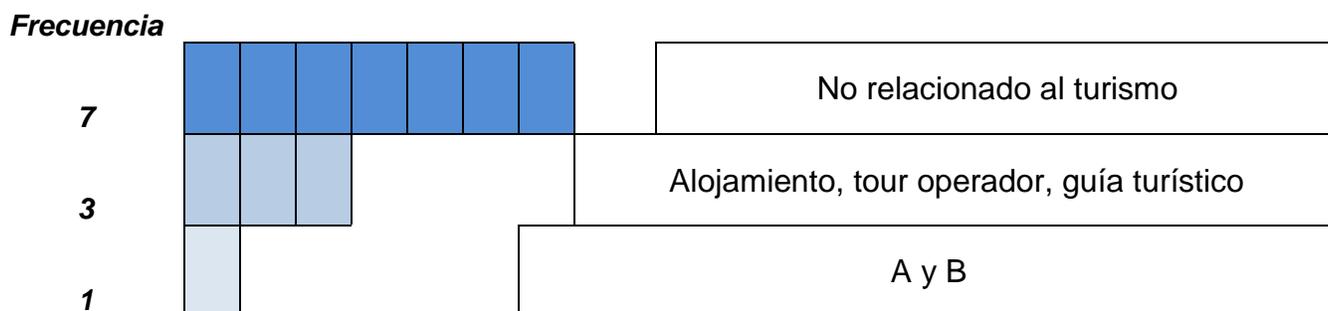


El 56% de las actividades que estas ONG's realizan son desarrolladas mayormente por extranjeros.



Del total de las 9 ONG’s encuestadas, se observó que la mayoría contratan personal adicional (al de planta) para la atención al grupo y solamente 1 no hace ninguna contratación adicional.

Gráfico 9 Servicios contratados para la atención de los grupos

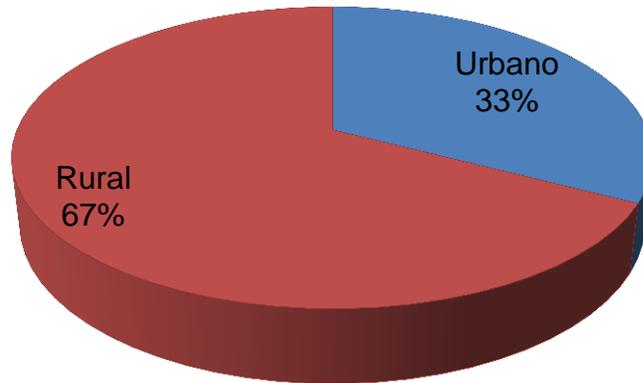


Los servicios contratados por algunas organizaciones, con mayor frecuencia son servicios que no tienen una relación con la industria turística.



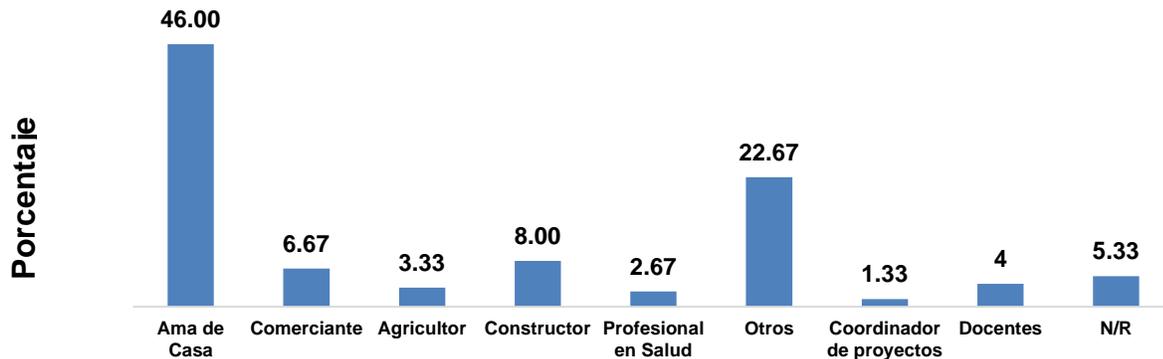
5.2 Resultados de encuestas aplicadas a la población

Origen de la población

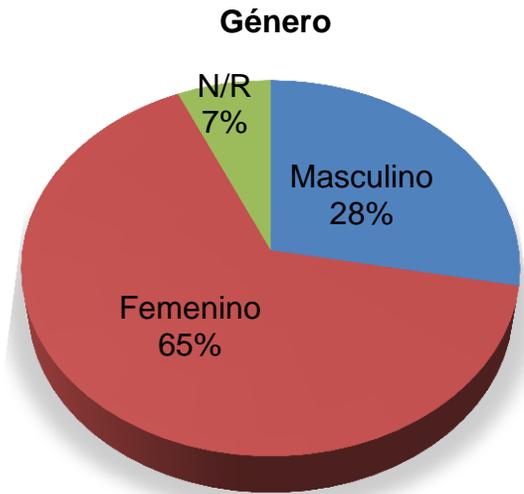


De la población que se analizó, resultó un 67% de la zona rural y un 33% de la zona urbana

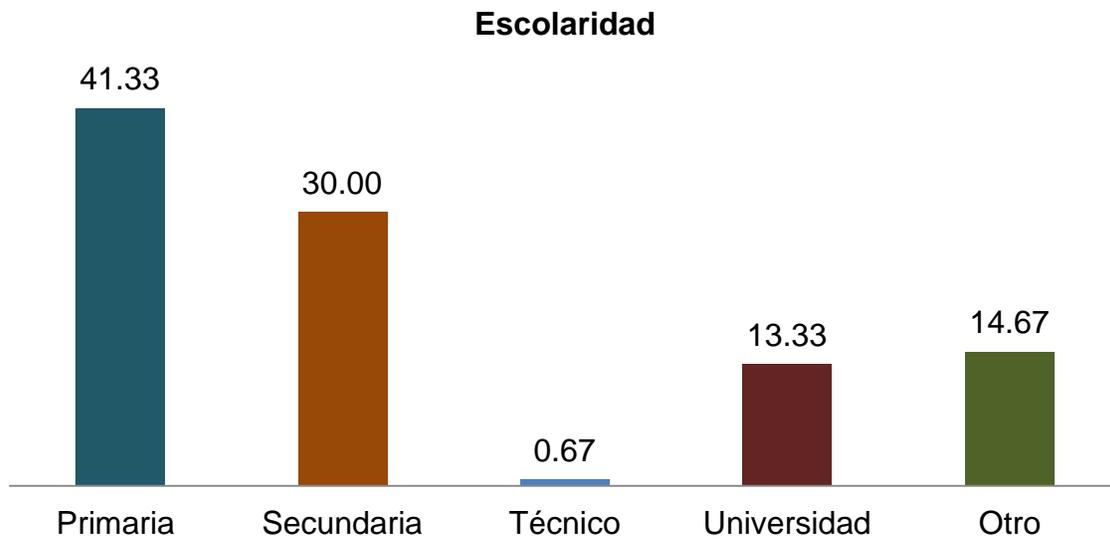
Profesión u Oficio de la Población



Respecto a la profesión u oficio de la población encuestada, se encontró que la mayoría, en un 46% eran amas de casa y en un 22.6% se dedicaban a otras labores (Administrador, Albañil, bio-analista, conductor, contador, electricista, estudiante, ingeniero en sistema, pastor evangélico, guarda de seguridad, soldador y operador).



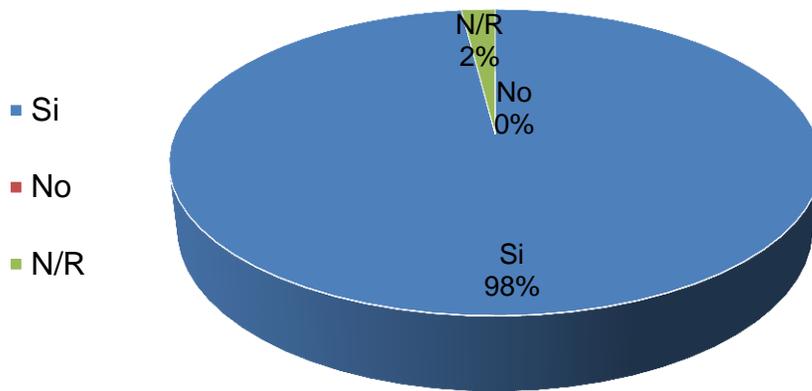
El 65% de la población fue Femenino, seguido del 28% Masculino y un 7% no respondió.



Un 41.33% de la población encuestada tenía un nivel académico primario y 14.67% Otro (No respondieron o no habían tenido ningún tipo de estudio).

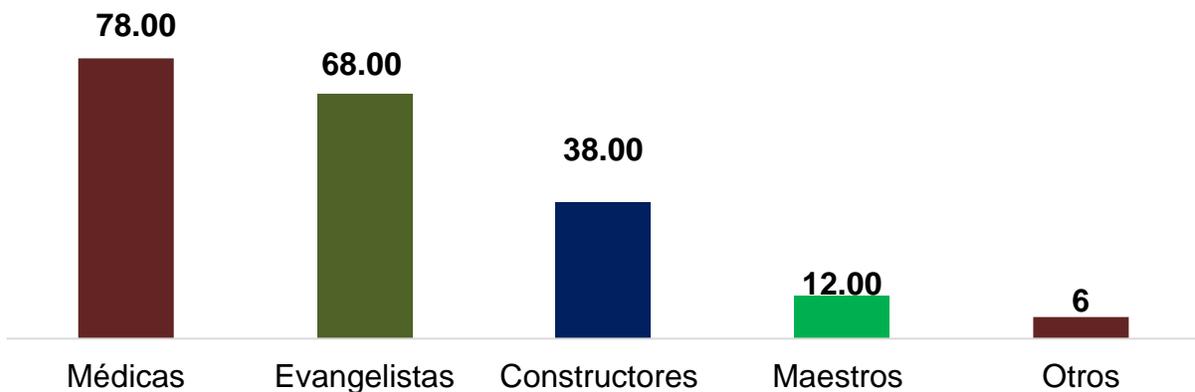


Gráfico 1. Visita de grupos por alguna ONG´s en la comunidad o barrio.



El 98% recibe visita de grupos por medio de ONG´s y un 2% no respondió.

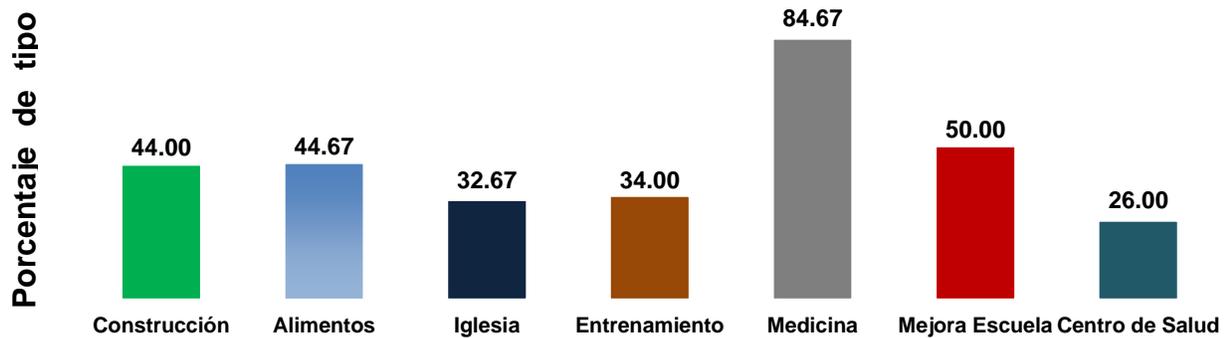
Gráfica 2. Tipo de brigadas



El 78% de las brigadas que llegan a las comunidades o barrios son médicas, y un 6% de brigadas, son estudiantiles universitarias y secundarias.

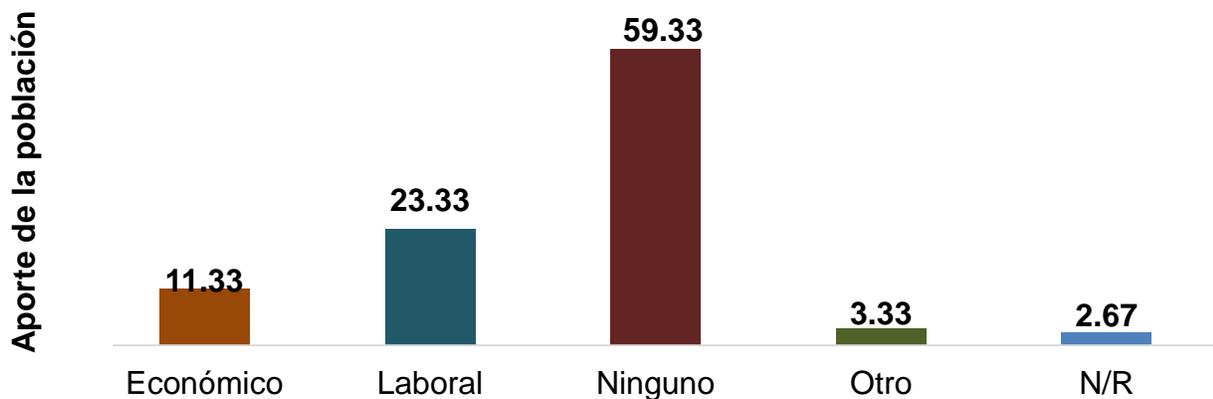


Gráfica 3. Tipo de ayuda recibida



Se observó que un 84.67% de la ayuda consiste en consultas médicas y medicinas y 50% en mejora de escuelas.

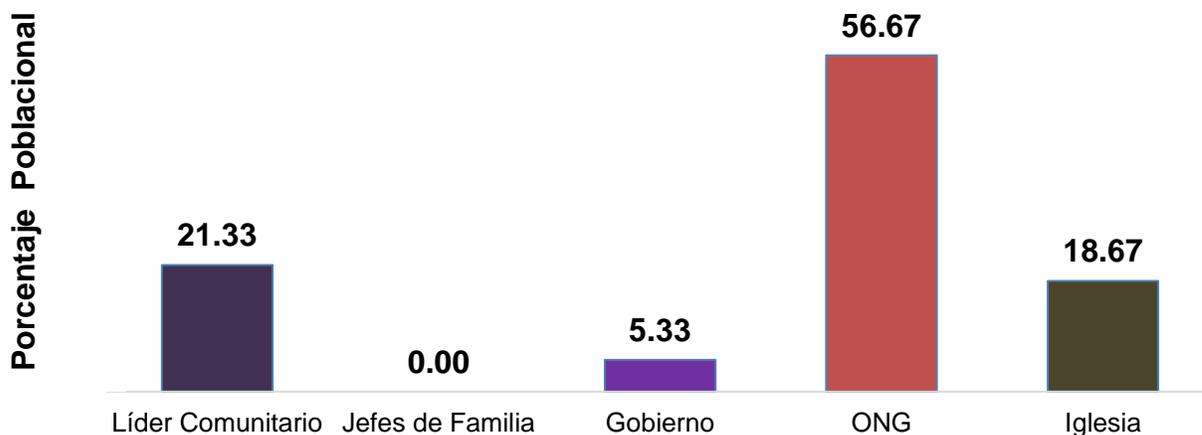
Gráfico 4. Aporte que la población ha brindado por la ayuda recibida



Es importante hacer notar que el 59.33% de la población no ha facilitado ningún tipo de aporte por la ayuda recibida y un 3.38% han brindado Otros aportes (Organización o Logística en la comunidad).

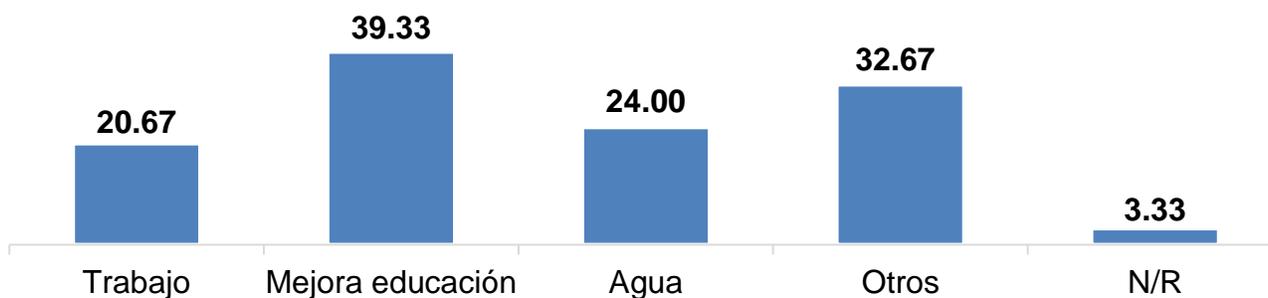


Gráfico 5. Quien solicitó esta intervención fue:



El más alto porcentaje manifestó que las intervenciones hechas en los barrios, ha sido por iniciativa propia de las ONG's.

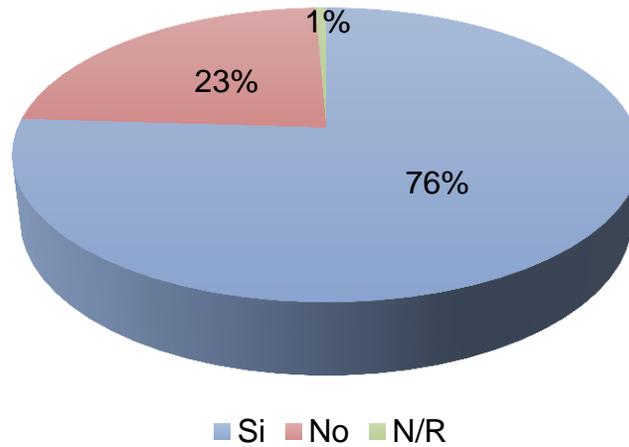
Gráfico 6. Beneficios obtenidos



El 39.33% considera que han sido beneficiados en educación y un 32.67% otros beneficios (Alimento, donaciones, espiritual, infraestructura, ropa y juguetes).



Gráfico 7. Considera que ha habido mejoría en la comunidad.



Un 76% considera que ha habido mejoría en su comunidad a partir de la llegada de grupos, en contrariedad con un 23% que aducen que no.



5.3 Resultado de la entrevista aplicada al Instituto Nicaragüense de Turismo – INTUR, León

De acuerdo a lo indagado con INTUR, estos desconocen el concepto de turismo solidario e incluso consideran que tiene relación con lo dictado en la ley general de Turismo (ley 495) en su capítulo VII que refiere a turismo social.

Esta situación conlleva a la no supervisión o regulación (por parte de INTUR) de las Organizaciones no Gubernamentales (ONG) que traen grupos de turistas solidarios al país, considerando que el ente regulador de las ONG's es el Ministerio de Gobernación (MIGOB).

Cabe mencionar que al preguntársele respecto a, si han tenido quejas de algunos empresarios turísticos locales, respecto a la actividad de turismo receptivo que llevan a cabo estas ONG's, respondieron afirmativamente, pero asegurando que esta es responsabilidad del MIGOB, no del INTUR.

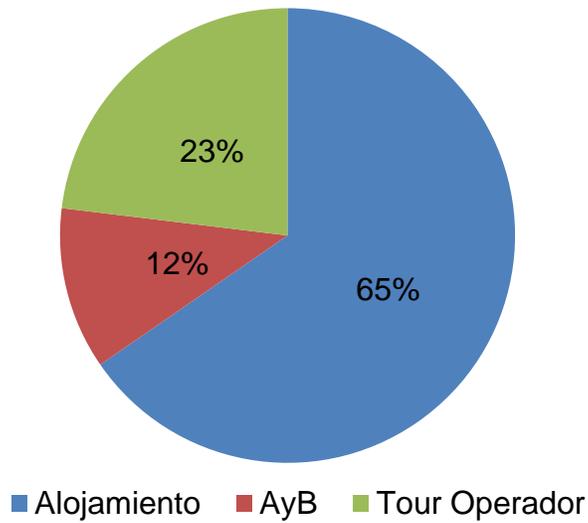
INTUR no considera que el marco legal bajo el cual se rige, le brinde alguna facultad para regular la actividad de las ONG's, sin embargo consideran que existen algunos vacíos en el marco legal del INTUR.

Por lo antes expuesto, el INTUR, no ha considerado indagar cuáles son las ONG's que promocionan Nicaragua como destino, y por tanto desconoce la información que plasman en la publicidad que realizan las ONG's para promover Nicaragua como destino.



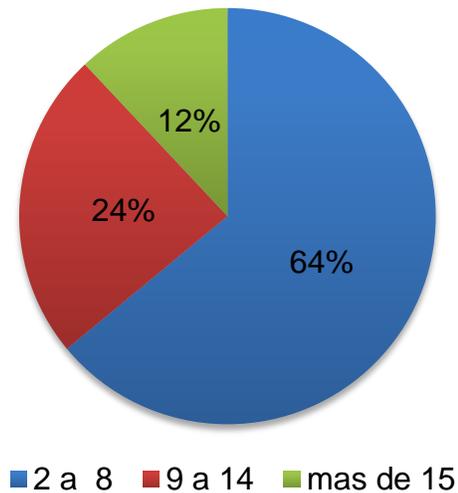
5.4 Resultados de las encuestas aplicadas a los empresarios locales

Tipo de Empresa.



El 65% de las empresas encuestadas eran empresas de alojamiento.

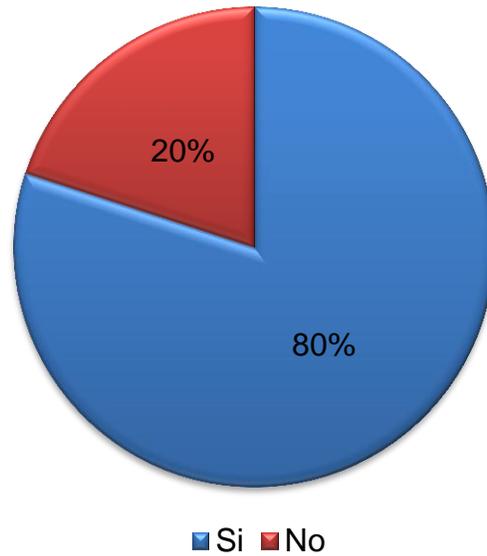
Años de Operar



Solamente un 12% de las empresas tienen más de 15 años de operar.

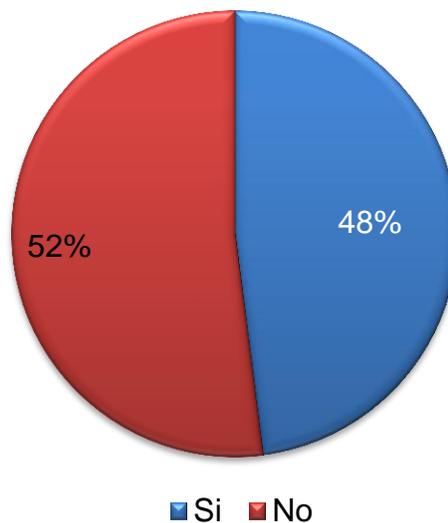


Gráfico 1. ¿Conoce algunas ONG's que traen grupos?



La mayoría de los empresarios tienen conocimiento de algunas ONG's que traen grupos al municipio de León.

Gráfico 2. Prestación de Servicios a algunas ONG's



Un 52% de las empresas jamás han prestado sus servicios a ningún tipo de ONG y un 48% sí lo han hecho.

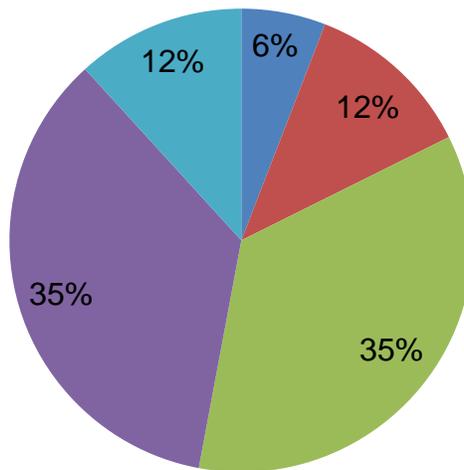


Gráfico 3. ONG´s a los que los empresarios locales han brindado sus servicios:

Otras ONG´s mencionadas	Raleigh International
	FNE (Friends of New England)
	Living Out Your Faith
	Alianza Americana
	Sobre las Alas de las Águilas
	Arcoíris
	Proyecto HOPE

Gráfico 4. Servicios brindados por empresarios a ONG´s

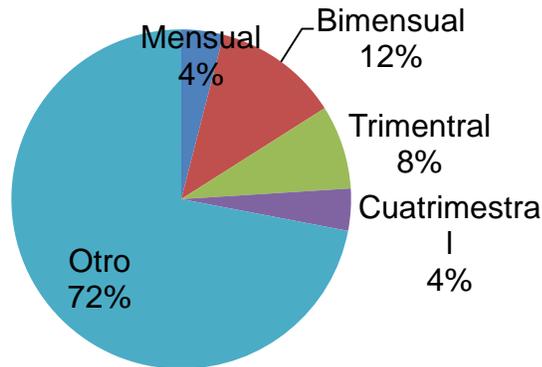
■ Traducción ■ Transporte ■ Hospedaje ■ Alimentación ■ Tours



De las empresas que han facilitado servicios a las ONG´s, un 35% ha sido hospedaje y en igual porcentaje el servicio de alimentación.

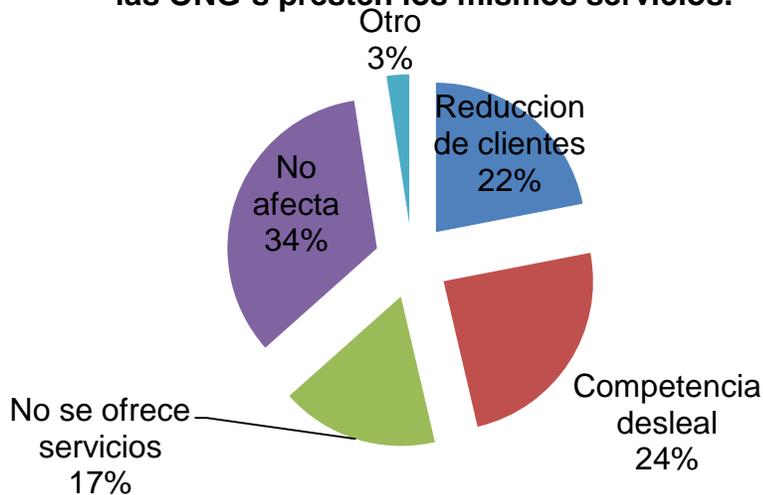


Gráfico 5. Frecuencia con que brindan sus servicios



Un 12% de las empresas encuestadas dijeron prestar sus servicios cada dos meses, en cambio la mayoría, un 72% con Otra frecuencia (poca frecuencia de prestación de servicios).

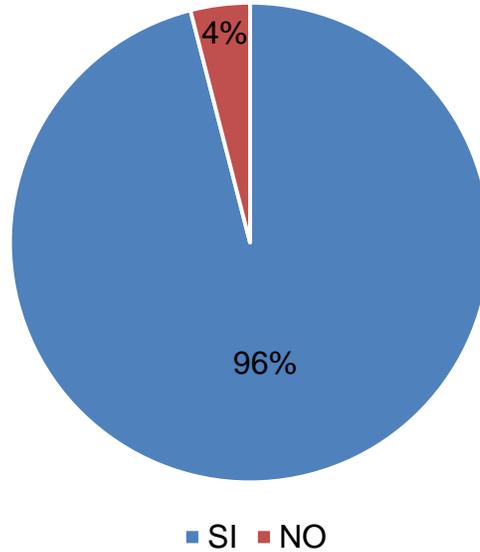
Gráfico 6. Afectaciones a empresarios a partir de que las ONG's presten los mismos servicios.



El 34% de las empresas comentaron que no consideran ser afectadas por las actividades de las ONG, sin embargo un 24% y 22% dijeron considerarlo como competencia desleal y disminución de clientes, respectivamente.



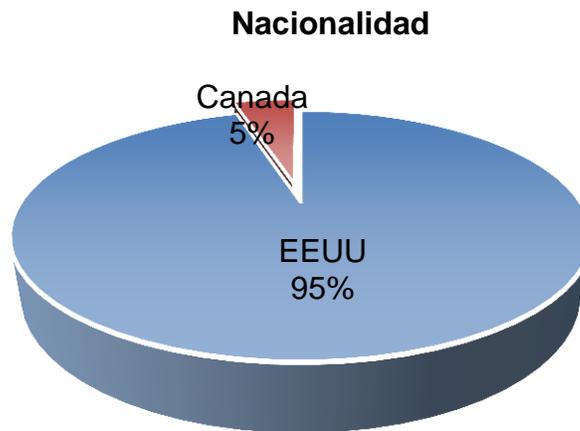
Gráfica 7
Regulación por INTUR



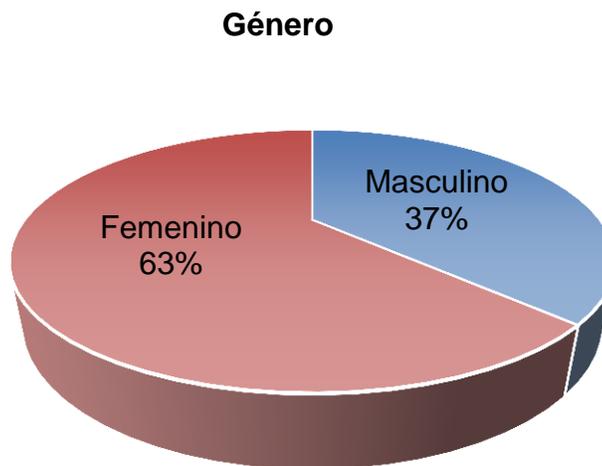
Un 96% de las empresas consideran que estas ONG deben ser supervisadas y reguladas por INTUR y solamente 4% considera que no.



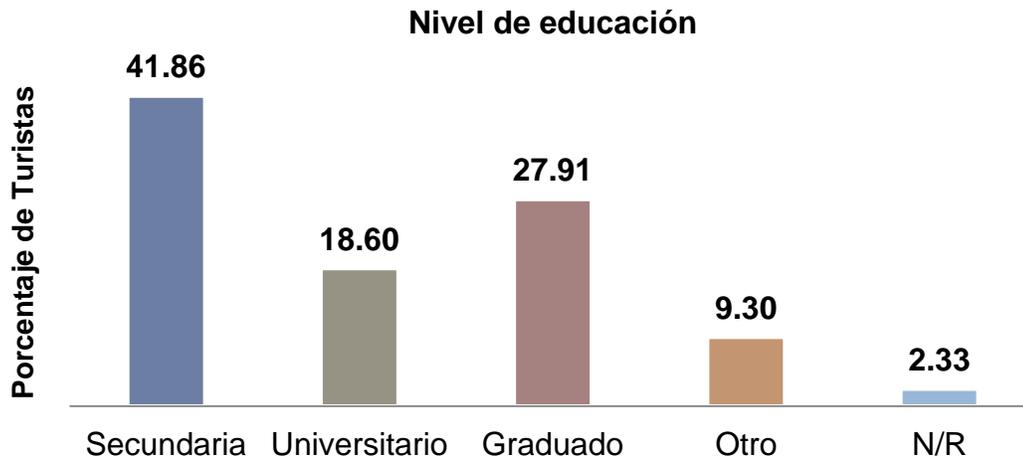
5.5 Resultados de encuestas aplicadas a los turistas solidarios



Se observó que el 95% de los encuestados procedían de los Estados Unidos y el 5% de Canadá.

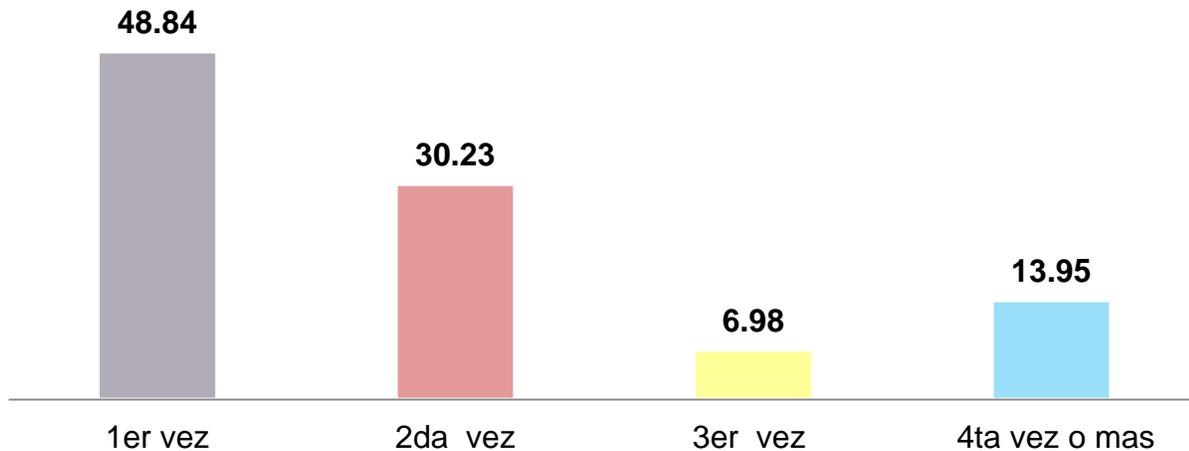


El 63% de los entrevistados eran de género femenino y 37% masculino.



Se observó que el 41.86% eran estudiantes de secundaria y solo 27.91% poseían títulos universitarios o están cursando estudios universitarios. Y por último los que no respondieron con el 2.33%.

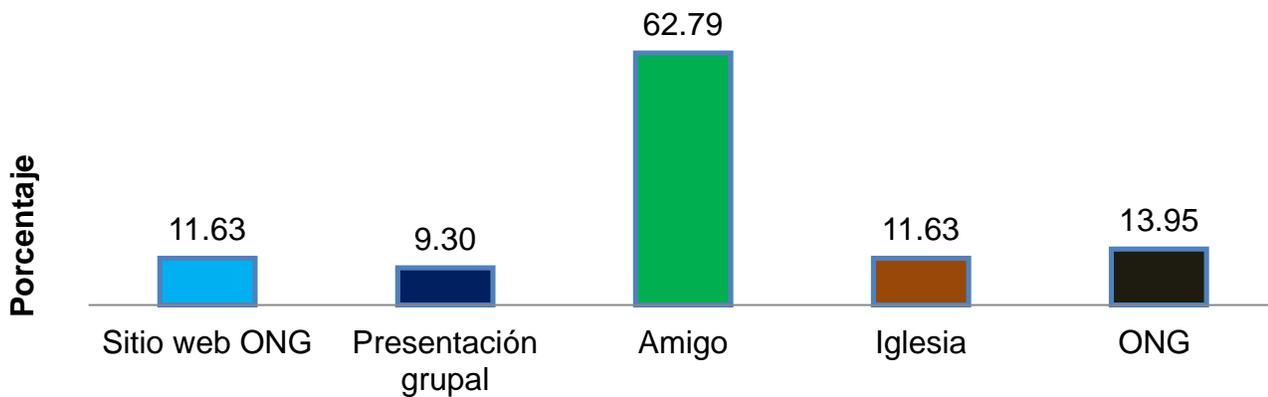
Gráfico 1. Veces que había visitado Nicaragua



Para la mayoría de los entrevistados era su 1er vez en Nicaragua (48.84%) y a su vez 13.95% han visitado más de 4 veces.

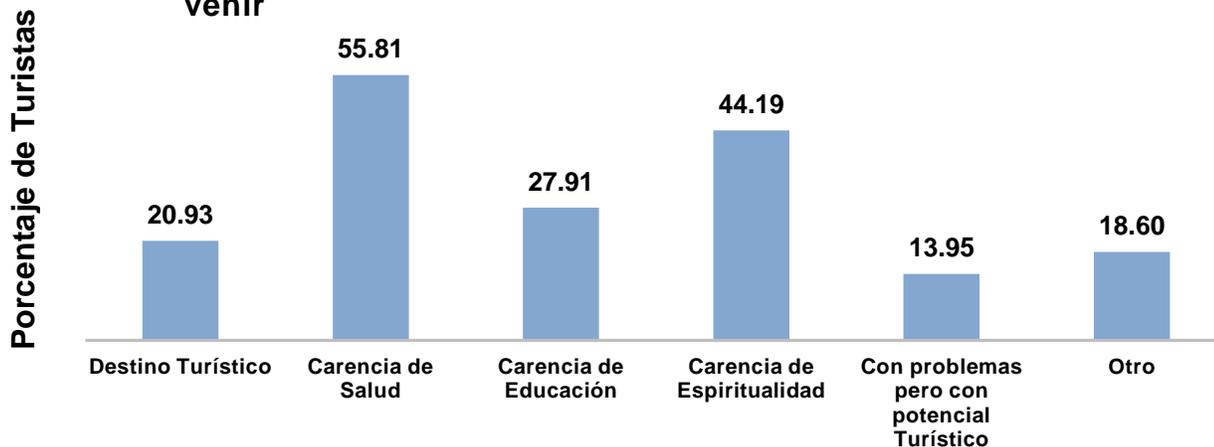


Gráfico 2. ¿Cómo obtuvo información acerca de Nicaragua?

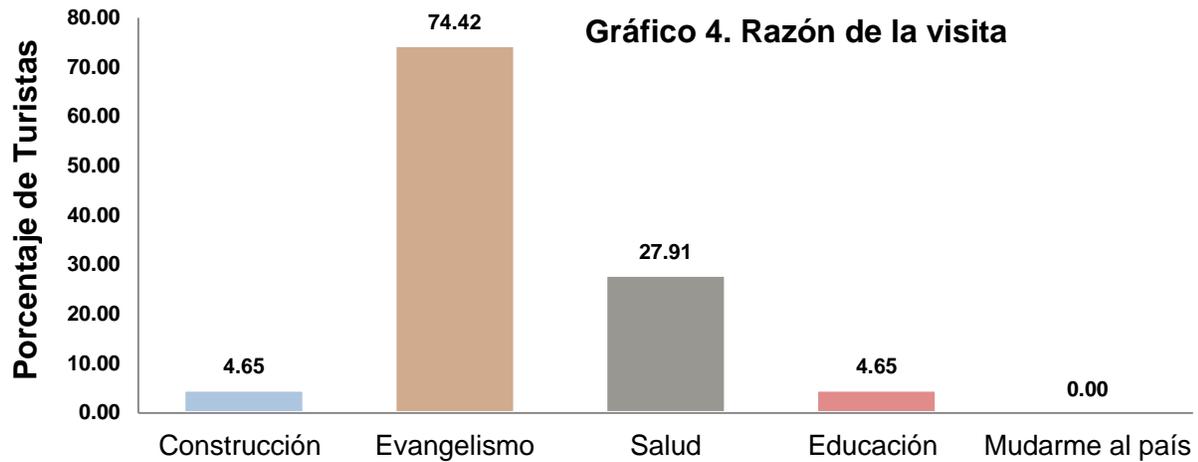


El mayor porcentaje de los turísticas han obtenido información por medio de un amigo que ya ha visitado anteriormente el país, y solo un 13.95% se han enterado directamente por la ONG's.

Gráfico 3. La imagen que tenían de Nicaragua antes de venir

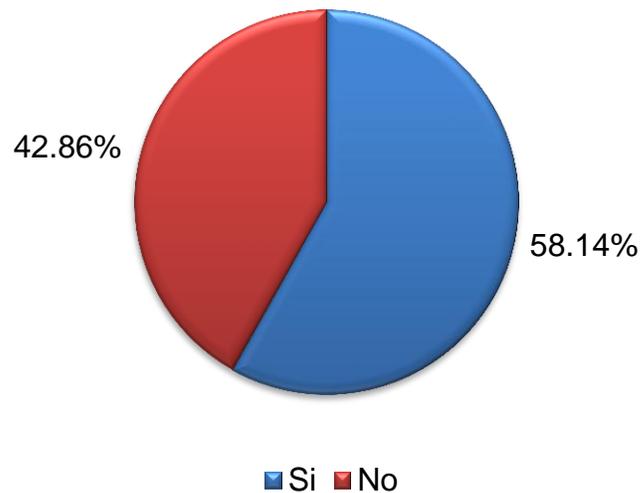


El 55.81% tenían una percepción de Nicaragua como un país con carencia de salud y 44.19% con carencia de Espiritualidad.



La mayor razón de los turistas para visitar Nicaragua era predicar el Evangelio, con un 74.42%

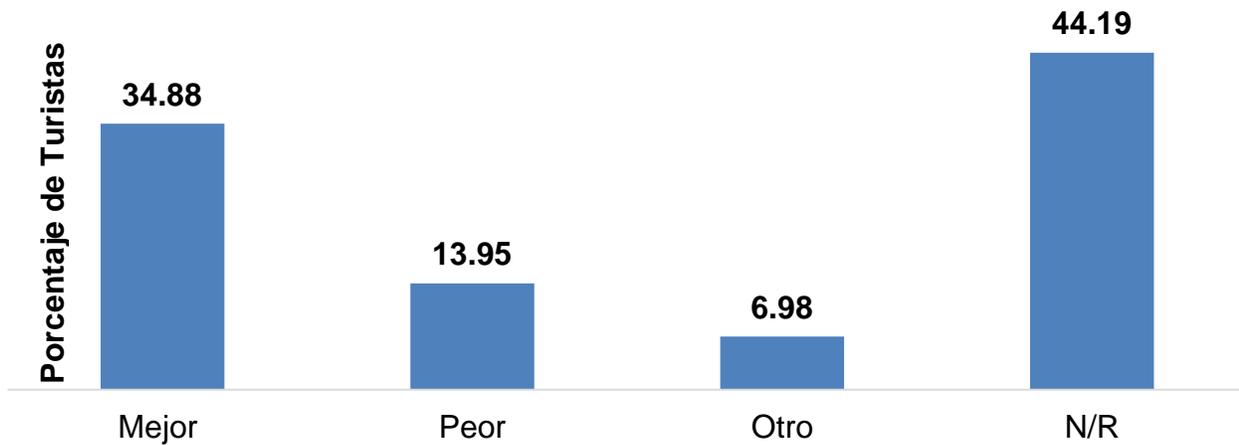
Gráfico 5. Cambio de la Percepción



El 58.14% de los turistas que visita Nicaragua han cambiado su percepción sobre el país después de haberlo visitado. Por el contrario el 42.86% no ha cambiado la percepción.

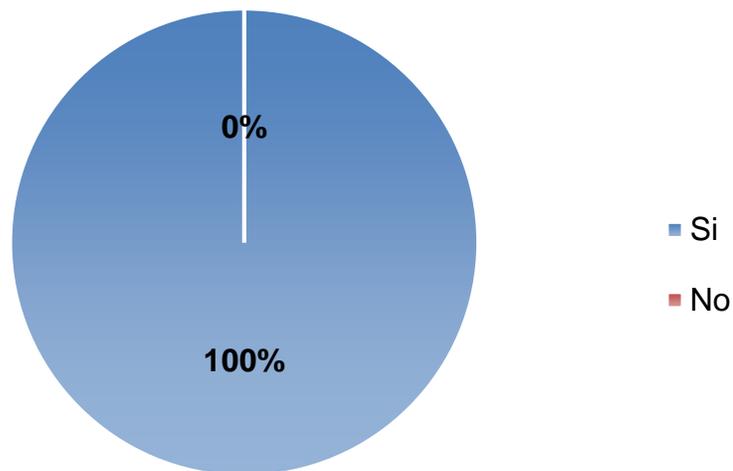


Gráfico 6. Manera en que cambió su perspectiva:



Se observó que el 44.19% de los turistas no respondieron a la pregunta, en cambio el 34.88% respondió que es mejor de lo que esperaban, el 13.95% de los turistas respondió que es peor de lo que imaginaban.

Gráfico 7. Regresaría a Nicaragua



El 100% de los encuetados dijeron que sí quieren volver a visitar a Nicaragua.



Razón por la que regresarían a Nicaragua

Al preguntarles a los turistas solidarios respecto a la razón por la que regresarían a Nicaragua, 43 turistas mencionaron que volverían a hacer la misma actividad por lo cual estaban (en esta ocasión) en el país.

Variable	Frecuencia
Hacer lo mismo	43
Vivir y Trabajar	6
Turismo	8
Otro	3



5.6 Análisis de resultados de los instrumentos aplicados

Partiendo de los resultados encontrados, se puede decir que las organizaciones no gubernamentales, sean civiles o religiosas, cuentan con una cartera de proyectos que no necesariamente implica que deban recibir grupos de turistas para poder llevarlos a cabo o inclusive cumplir con los objetivos que estas pretenden alcanzar, como: Desarrollo comunitario, trabajo social, combatir la pobreza y sensibilizar a los extranjeros (entre los más mencionados), pero ¿De qué manera el sensibilizar a los extranjeros incidirá en un desarrollo comunitario local? El extranjero viene por cortos periodos de tiempo, pero la comunidad continua en el mismo sitio y con las mismas problemáticas. Además, uno de los proyectos más mencionados fue *Educación*, pero solamente un 14% de la población local encuestada tenía un nivel académico universitario o técnico, a pesar de que algunas de estas organizaciones han estado trabajando por muchos años en los sitios estudiados. Es por ello que, como comenta el Dr. William MacAskill en la fundamentación teórica de esta investigación, se debe dar seguimiento a estas organizaciones ya que en muchas ocasiones pueden implementar acciones que no cumplen con las expectativas o necesidades de la población local e incluso los resultados de sus proyectos pueden llegar a ser ofensiva para los pobladores.

Estas ONG's operan en zonas rurales, semi-rurales y urbanas donde hay un mayor índice de pobreza en el municipio de León, sin contar con estudios sobre las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades con que cuentan estas poblaciones, sino que se basan en su propia percepción sobre las necesidades o carencias que tienen los barrios o comunidades que pretenden intervenir o están interviniendo. De esta manera lo expresó la población al exteriorizar que la mayoría de las ONG's han llegado a actuar en sus territorios sin haber sido solicitado.

Estas organizaciones, al traer grupos de turistas, aunque sus actividades no estén ligadas al turismo convencional, facilitan servicios de logística (alojamiento,



transporte, alimentación, entre otros) ocasionando una inconformidad a los empresarios locales del sector turismo, ya que los consideran una competencia desleal (24%). Sin embargo, aunque un 34% coincidió en que no les afecta las operaciones de las ONG's, al preguntarles sobre el papel del INTUR respecto a esta situación, contradictoriamente, un 96% de los empresarios encuestados consideró que este (el INTUR) debe supervisar y regular el funcionamiento de dichas organizaciones en cuanto al manejo de grupos se refiere, en cambio, el INTUR considera que su marco legal no les da competencia ante la regulación de estas entidades, a pesar de que las distintas leyes que refieren a turismo (Ley 298 y ley 495, principalmente) concuerdan en que INTUR es el ente regulador de la actividad turística, principalmente cuando existe una constancia en la actividad, pues hay ONG's que reciben más de 9 grupos por año, con un número de participantes por grupo que puede llegar a más de 20 turistas, lo cual indica que se trata de *turismo receptivo*, en conjunto con otras actividades como tour operación, agencia de viajes, alojamiento y transporte, siendo estos los servicios que las ONG's prestan.

Si bien es cierto que las ONG's, en su mayoría, expresaron que hacen contratación de personal adicional al de planta para la atención de los grupos, este personal no está ligado al servicio de la industria turística y en algunos casos son solamente una o dos personas. Por otra parte, solamente 3 ONG's mencionaron que ocasionalmente contratan los servicios de alojamiento, transporte, tour operador y/o guía turístico, lo que indica que la mayoría cuenta con sus propias instalaciones y personal para brindar todos los servicios antes mencionados, coincidiendo con un 52% de los empresarios locales que expresaron no brindar sus servicios a ninguna ONG y, del 48% que sí les han brindado sus servicios, ha sido únicamente en el área de alojamiento y alimentación.

Cabe mencionar que en algunos casos estos empresarios expresaron haber brindado sus servicios a ONG's que no formaron parte del estudio, lo cual indica que hay un número mayor de ONG's trabajando con turistas solidarios sin contar



con ningún tipo de permiso por parte de INTUR, entre las cuales (los empresarios) mencionaron: Living Out Your Faith, Raleigh International, FNE Friends of New England, Alianza Americana, Sobre las alas de las águilas, Arcoíris, Proyecto Hope, 12 Iglesias, Aventura del Mundo, Compasión, Iglesia Cristiana, Peace Corps.

Por otro lado, respecto a las exenciones de impuestos para las ONG's, la Ley 453 – Ley de Equidad Fiscal, dicta en su capítulo II artículo 10 que estas instituciones que son de beneficencia, no deben realizar actividades remuneradas que impliquen una competencia en el mercado de bienes y servicios, de lo contrario, estas no estarán exentas del pago de impuesto. Sin embargo, mientras las empresas de alojamiento pagan un 2% por ocupación o las tour operadoras deben pagar su licencia de operación anual, estas organizaciones prestan sus servicios sin pagar ningún impuesto o tramitar ninguna licencia. Y estas son precisamente, algunas de las razones que generan inconformidad, según los empresarios locales.

También dicta (la misma ley) que cuando los bienes o servicios son facilitados en Nicaragua, aunque la transacción económica se haga en el exterior (algunas organizaciones son extensiones de organizaciones en otros países), la ley en su Capítulo I dicta que estas deben pagar impuestos sobre la renta así como también deben cumplir con todos los requisitos que implique la legalización de sus funciones de operación.

Todo lo antes mencionado es uno de los efectos económicos más visibles que este tipo de turismo está generando.

Además la Ley 147 refiere que las ONG's pueden ser multadas o perder su estatus legal si llevan a cabo actividades que no estén relacionadas a la cartera de proyectos que presentan ante MIGOB, con mayor razón cuando son actividades lucrativas. Cabe mencionar que algunas de estas ONG's tienen tarifas pre



establecidas para la prestación de sus servicios de logística (alojamiento, transporte, otros) en Nicaragua, e incluso esta tarifa va adjunta a la publicidad que presentan en sus sitios web.

Así mismo, se pudo constatar que existen organizaciones que han operado por mucho tiempo en Nicaragua, sumado a estas, otras que se han establecido recientemente, desarrollando la misma dinámica, en los mismos territorios y, muchas veces, con la misma cartera de proyectos que trabajan las ONG's ya existentes, y generalmente sin observarse un efecto socioeconómico que haya generado desarrollo en dicho territorio. Además, la población expresó que los grupos que más los visitan consisten en médicos y evangelistas difiriendo de lo planteado por las ONG's que aducen trabajar más proyectos de desarrollo comunitario.

Los programas o actividades del turismo solidario que desarrollan las ONG's, cuyos turistas son, en su mayoría - 95%, procedentes de los Estados Unidos, EEUU, (coincidiendo esto con lo planteado por Corbett y Fikkert que aducen que el mayor país emisor de "misioneros" es EEUU), se enfocan más en entretenimiento y educación, lo cual es contradictorio a los objetivos que se plantean en los proyectos que desarrollan, coincidiendo con lo expresado por la mayoría de los turistas. Por otra parte, la población exteriorizó que las actividades principales que los turistas realizan en sus respectivas comunidades son: Consultas médicas, mejoras de escuela, donaciones de alimentos, construcción de viviendas, entre otras, difiriendo de lo planteado por las ONG's y los turistas solidarios.

Se debe tomar en cuenta que la mayoría de las ONG's indicó que las actividades o programas que implementan los grupos, son desarrollados por extranjeros o propuestos por los mismos turistas solidarios y, aunque un 22% lleva a cabo los programas en conjunto (extranjeros y locales), a los locales no les incomoda que "solo les digan qué hacer" ya que ellos solo tratan de obtener un mayor beneficio



de las intenciones de ayuda de los grupos, en otras palabras el nacional se enfocara en la satisfacción del visitante parcializando sus actividades y los objetivos, puesto que a como dice Fernández Miranda, debido a la desigualdad socioeconómica entre los turistas solidarios y la población local, esta última cede a las necesidades o demanda de los visitantes a cambio de obtener algo.

De acuerdo a los efectos sociales que generan las actividades implementadas por las ONG's a través de los turistas solidarios, son más positivos para estos que para la población, ya que obtienen un conocimiento de la cultura local, tienen la oportunidad de practicar o aprender el idioma español, entre otros, siendo mínimo el intercambio para la población local, puesto que estos continúan sus actividades cotidianas durante la visita de los grupos. Estas actividades mayormente son delegadas por las ONG's a las iglesias, siendo los líderes religiosos los mayores beneficiados; así lo expresó la población, ya que se sienten excluidos si no son miembros de una determinada iglesia.

La mayoría de la población encuestada consideró haber visto mejoría a partir de la llegada de los grupos a sus comunidades, un 84% dijo que la mayoría de la ayuda recibida consistía en consultas médicas, medicamento, mejoras a escuelas y donaciones de alimentos, lo cual implica un efecto socioeconómico positivo en la población, facilitándoles acceso a la salud y medicina gratuita, instalaciones que les permitan un mejor ambiente de estudios y una contribución de alimentos que les permite minimizar su gastos o quizás acceder a productos que se les dificulta el acceso, y si bien estas acciones son de beneficio para la población, en su mayoría estos son efectos a corto plazo, lo cual minimiza el desarrollo integral que podría generarse en los territorios, e incluso creando dependencia de los grupos en algunas ocasiones, tal como lo comenta el Dr. Lupton.

De acuerdo a lo planteado por la población en cuanto a la ayuda recibida, se puede observar que ésta está más enfocada en recibir una manutención o donaciones de bienes, que no necesariamente son indispensables (juguetes y



ropa), que en el crecimiento de oportunidades o acceso a alternativas adicionales para generar ingresos y ser capaces de proveer para su propio beneficio.

Respecto a la imagen que habían percibido los turistas solidarios, a través de las ONG's estudiadas, consistía en una imagen de Nicaragua como un país con carencia de salud, educación y/o espiritualidad, repercutiendo en la toma de decisiones en cuanto a las actividades que realizan, a como indicaron la mayoría de las ONG's (los extranjeros deciden las actividades a realizar en el país), lo cual puede tener efectos sociales como la devaluación del recurso humano local, disminución de la autoestima al implementar actividades que la población podría desarrollar por sí misma, o incluso por una remuneración. Así mismo, si la publicidad que se brinda está enfocada principalmente en bajo niveles de educación o salud, esto podría ser perjudicial ante inversionistas potenciales para León como destino.

Respecto a esa imagen que tenían los turistas sobre Nicaragua, cambió después de la primera visita. Para un 13.95% varió su percepción de forma negativa considerando que la situación del país era peor de lo que ellos habían percibido, sin embargo un 34.88% consideró que el país está mejor que la imagen que habían percibido, indicando que la información utilizada por las ONG's en la promoción de Nicaragua como destino no está enfocada en los atractivos turísticos o el desarrollo del turismo, lo cual puede ser perjudicial para la imagen del país, así mismo indica que las ONG's muestran los barrios o comunidades con mayores problemáticas de forma que los turistas comprueben lo que su publicidad destaca.

Finalmente, es importante expresar que a pesar de lo antes planteado, el 100% de los turistas encuestados, indicó que estarían dispuestos a regresar a Nicaragua y el mayor porcentaje (43%) reveló que regresaría a hacer lo mismo, lo que implica que el interés de estos es el llevar a cabo sus actividades sin cuestionarse cuáles son los efectos de las actividades que realizan.



VI. CONCLUSIONES

Con la realización de este estudio y luego de haber aplicado diversos instrumentos a diferentes actores, se determinó que, si bien todas las ONG´s estudiadas ofertan Turismo Solidario (a excepción de Proyecto Minesota), las principales ONG´s que ofertan este tipo de turismo, basado en el número de grupos recibidos anualmente, resultaron ser: Living Water (42 grupos), Just Hope (23 grupos) y Voice of Hope (14 grupos).

Respecto a los contenidos de los programas que las organizaciones ofertan al promover el Turismo Solidario para el municipio fueron: Proveer consultas médicas, construcción, entretenimiento, proyectos de agua e intercambio cultural, teniendo como finalidad el desarrollo comunitario, el intercambio de experiencia, construcción/mantenimiento, evangelismo, dar a conocer los proyectos que la ONG está implementando o quiere implementar.

De igual manera, habiendo estudiado y analizado los efectos socioeconómicos generados por la práctica del turismo solidario en el municipio de León, como los principales efectos positivos tanto sociales como económicos resultaron ser: La atención médica y donación de medicinas, el acceso al agua, mejora de infraestructuras escolares, provisión de alimentos y becas escolares. Así mismo, como los principales efectos negativos se identificaron: Devaluación del recurso humano, competencia desleal para empresarios locales, evasión de impuestos y dependencia por parte de la población hacia los extranjeros. Cabe mencionar que si bien es cierto, existen efectos socioeconómicos positivos estos han sido a corto plazo y no han facilitado mayores oportunidades ni nuevas alternativas para un cambio a largo plazo.

A través de la entrevista realizada al Instituto Nicaragüense de Turismo para conocer sobre el papel que juega de cara a la regulación del funcionamiento de los programas de turismo solidario que implementan las ONG´s, la entidad alegó que



el marco legal de la institución no establece competencia legal para la regulación de las ONG's, sino que le compete al Ministerio de Gobernación (MIGOB), no obstante el marco legal dicta que INTUR debe regular a toda persona natural o jurídica que brinde cualquier tipo de servicio a turistas. Aunque no fuera de su competencia la regulación de los programas, sí lo es la regulación de los servicios brindados a los turistas, la legalización de estas como facilitadores de servicios y supervisión de la actividad de turismo receptivo que estas ONG's implementan.

Por otro lado, los empresarios locales consideraron que estas Organizaciones deberían ser supervisadas y reguladas por INTUR, ya que al no ser supervisadas ni reguladas implica que no incurren en costos de legalización, o pago de algunos impuestos en que incurren los empresarios, representando una competencia desleal.

Finalmente, los turistas solidarios tienen una percepción de Nicaragua como un país con muchas deficiencias en la salud y educación, principalmente, y tan solo un mínimo porcentaje de estos turistas ven a Nicaragua como un destino turístico, lo que permitió intuir que la imagen que estas ONG's facilitan en la promoción de Nicaragua como destino es negativa y la promoción de los atractivos turísticos no es una de sus prioridades, a pesar de que incluso la Organización Mundial del Turismo cuenta con la iniciativa ST-EP (Sustainable Tourism to Eliminate Poverty) que trata de implementar el turismo como herramienta para combatir la pobreza.



VII. RECOMENDACIONES

A estudiantes, investigadores y/o docentes:

- Que continúen el estudio sobre Turismo Solidario en Nicaragua.
- Que investiguen si este modelo de turismo se desarrolla en las zonas con mayor índice de pobreza severa en Nicaragua y cuáles han sido los efectos.
- Que inventarién las ONG's que están operando turismo solidario en Nicaragua.
- Que realicen un plan de manejo de los programas de turismo solidario enfocado en el desarrollo sostenible de las comunidades empobrecidas.

A las ONG's:

- Que desarrollen investigaciones que les permitan identificar la perspectiva de las comunidades en cuanto a sus necesidades se refiere.
- Que realicen un estudio FODA antes de llevar a cabo una intervención con turistas solidarios.
- Que permitan a la población una mayor participación en la toma de decisiones, principalmente en actividades con grupos.
- Que integren programas que permitan a los turistas conocer no solo las necesidades y carencias de la población, sino también las competencias y oportunidades de estas.
- Que desarrollen una publicidad enfocada en las capacidades y oportunidades que tiene la población, y que permita lograr un desarrollo desde la misma comunidad.

Al INTUR:

- Que, en coordinación con el Ministerio de Gobernación - MIGOB, Ministerio de Migración y Extranjería y la Dirección General de Ingresos, regulen la actividad que estas ONG's llevan a cabo en lo que a turismo o turismo solidario refiere.



- Que asignen una oficina especializada, en coordinación con el MIGOB, para la supervisión y regulación de estas ONG's que traen grupos de turistas solidarios.
- Que Regulen la información utilizada por las ONG's en la publicidad para la promoción de Nicaragua como destino.
- Que promuevan la legalización como facilitadores turísticos (tour operación, alojamiento) de todas estas ONG´s.

A los empresarios locales:

- Que soliciten de manera formal al INTUR, su participación en la regulación de la actividad de estas ONG's en cuanto a turismo solidario se refiere.
- Que desarrollen actividades de “responsabilidad social empresarial” que les permita competir con las ONG´s.

A los turistas solidarios:

- Que investiguen a profundidad sobre los efectos que genera su participación en actividades durante su estadía.
- Que consulten con la población local sobre lo que su organización anfitriona ha realizado, cómo lo ha hecho y qué tanta participación tiene la población en la toma de decisiones, así como qué tanto ha ayudado su apoyo para tratar de lograr un desarrollo sostenible en las comunidades.
- Que den seguimiento a los programas que apoyan.



VIII. REFERENCIAS

8.1 Bibliográficas

- Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio. *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill/Interamericana Editores 2014.
- Fernández Miranda, Rodrigo. *Viajar perdiendo el Sur – Crítica del turismo de masas en la globalización*. Libros en acción – Septiembre 2011.
- Lupton, Robert. *Toxic Charity*. Harper Collins Publishers – New York 2011.
- MacAskill, William. *Doing good better*. Guardian books – London 2015.
- Steve Corbett y Brian Fikkert. *Helping without hurting in short term missions*. Moody Publisher, Chicago 2014.

8.2 Electrónicas

- <http://www.gestionturistica.cl/publicaciones/revistas/>
 - o Artículo utilizado: Turismo Solidario – Una perspectiva desde la Unión Europea.
 - o Autor: López – Guzmán Guzmán, Vázquez de la Torre, Melián Navarro.
 - o Fecha de consulta: 01 de Octubre 2015.
- <http://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.ARVL>
 - o Artículo utilizado: Turismo Internacional, número de arribos.
 - o Autor: Banco Mundial
 - o Fecha de Consulta: 27 de Noviembre, 2015.
- <http://www.inide.gob.ni/censos2005/CifrasMun/Leon/LEON.pdf>
 - o Artículo utilizado: León en cifras.
 - o Autor: Instituto Nacional de Información de Desarrollo INIDE
 - o Fecha del artículo: Marzo 2008.
 - o Fecha de consulta: 27 de Noviembre, 2015.



- <http://www.inide.gob.ni/CensoEconomico/InformesDept/ceu2010Leon/ICeu2010Leon/assets/common/downloads/INFORME%20DEPARTAMENTO%20DE%20LEON.pdf>
 - o Artículo utilizado: Censo Económico Urbano CEU 2010.
 - o Autor: Instituto Nacional de Información de Desarrollo.
 - o Fecha del artículo: Año 2010.
 - o Fecha de consulta: 27 de Noviembre, 2015.

- http://www.inide.gob.ni/Anuarios/Anuario2008/ModulolI-Social/ModulolI_SeccionI.2.pdf
 - o Artículo utilizado: Anuario estadístico 2008.
 - o Autor: Instituto Nacional de Información de Desarrollo.
 - o Fecha del artículo: Año 2008.
 - o Fecha de consulta: 27 de Noviembre, 2015.

- <http://www.inifom.gob.ni/municipios/documentos/LEON/leon.pdf>
 - o Artículo utilizado: Ficha Municipal.
 - o Autor: Instituto Nacional de Información de Desarrollo.
 - o Fecha de consulta: 28 de Noviembre, 2015.

- [http://www.ecured.cu/Patrimonio_religioso_de_Le%C3%B3n_\(Nicaragua\)](http://www.ecured.cu/Patrimonio_religioso_de_Le%C3%B3n_(Nicaragua))
 - o Artículo utilizado: Patrimonio religioso de León, Nicaragua.
 - o Autor: Ecured.
 - o Fecha de consulta: 20 de Noviembre, 2015.

- http://es.slideshare.net/Tea-Cegos_Consultur/turismo-solidario-y-volunturismo
 - o Artículo utilizado: Turismo Solidario y Volunturismo
 - o Autor: Consultur El valor de la especialización.
 - o Fecha de consulta: 03 de Octubre, 2015.



- <http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9123/TurismoReligioso.pdf?sequence=1>
 - o Artículo utilizado: Turismo Religioso.
 - o Autor: Revista Iberoamericana de Turismo.
 - o Fecha del artículo: Año 2011.
 - o Fecha de consulta: 25 de Octubre, 2015.

- <http://dle.rae.es>
 - o Artículo utilizado: Diccionario Español.
 - o Autor: Real Academia Española.
 - o Fecha del artículo: Octubre 2014.
 - o Fecha de consulta: 20 Octubre, 2015.

- <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>
 - o Artículo utilizado: Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo.
 - o Autores: Reyna Ibáñez e Isabel Rodríguez Villalobos.
 - o Fecha de consulta: 20 de Octubre, 2015.

- http://sdt.unwto.org/sites/all/files/pdf/summary_sp.pdf
 - o Artículo utilizado: Turismo y religiones - Una contribución al diálogo entre religiones, culturas y civilizaciones.
 - o Autor: Organización Mundial del Turismo.
 - o Fecha de consulta: 25 de Octubre 2015.

- <http://www.solucionesturisticassostenibles.com/noticias/noticia2.pdf>
 - o Artículo utilizado: Definición de la Política y Estrategias para el Turismo Rural Sostenible de Nicaragua
 - o Autor: Instituto Nicaragüense del Turismo.
 - o Fecha del artículo: Septiembre 2009.
 - o Fecha de consulta: 30 de Octubre 2015.



- [http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$All\)/F16E39766C5C7AFE062570A100577C41?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($All)/F16E39766C5C7AFE062570A100577C41?OpenDocument)
 - Artículo utilizado: Ley 147 – Ley General sobre personas jurídicas sin fines de lucro.
 - Autor: Norma Jurídica de Nicaragua.
 - Fecha del artículo: Marzo 1992.
 - Fecha de consulta: 20 de Febrero, 2016.

- [http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$All\)/D06F3DE3AEDA5052062570A100583FDF?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($All)/D06F3DE3AEDA5052062570A100583FDF?OpenDocument)
 - Artículo utilizado: Ley 495 – Ley General de turismo.
 - Autor: Norma Jurídica de Nicaragua.
 - Fecha del artículo: Julio 2004.
 - Fecha de consulta: 10 de Diciembre, 2015.

- <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/3133c0d121ea3897062568a1005e0f89/4e1332f489e16a5e06257103005618e3?OpenDocument>
 - Artículo utilizado: Ley 298 – Ley creadora del instituto nacional de turismo.
 - Autor: Norma Jurídica de Nicaragua.
 - Fecha del artículo: Julio 1998.
 - Fecha de consulta: 10 de Diciembre, 2015.

- http://www.dgi.gob.ni/documentos/Ley_453_Ley_de_Equidad_Fiscal_con_Reformas.pdf
 - Artículo utilizado: Ley 453 – Ley de equidad fiscal con reformas.
 - Autor: Dirección General de Ingresos.
 - Fecha de consulta: 20 de Diciembre, 2015.



- <http://step.unwto.org/es/content/proyectos-st-ep>
 - o Artículo utilizado: Proyectos ST-EP (Sustainable Tourism Eliminating Poverty)
 - o Autor: Organización Mundial de Turismo.
 - o Fecha de consulta: 20 de Febrero, 2016.

- <http://es.slideshare.net/quest8a3c19/tamao-de-la-muestra-4141371>
 - o Artículo utilizado: Estadística Inferencial – Tamaño de la muestra.
 - o Autor: Universidad Veracruzana.
 - o Fecha de consulta: 25 de Febrero, 2016.

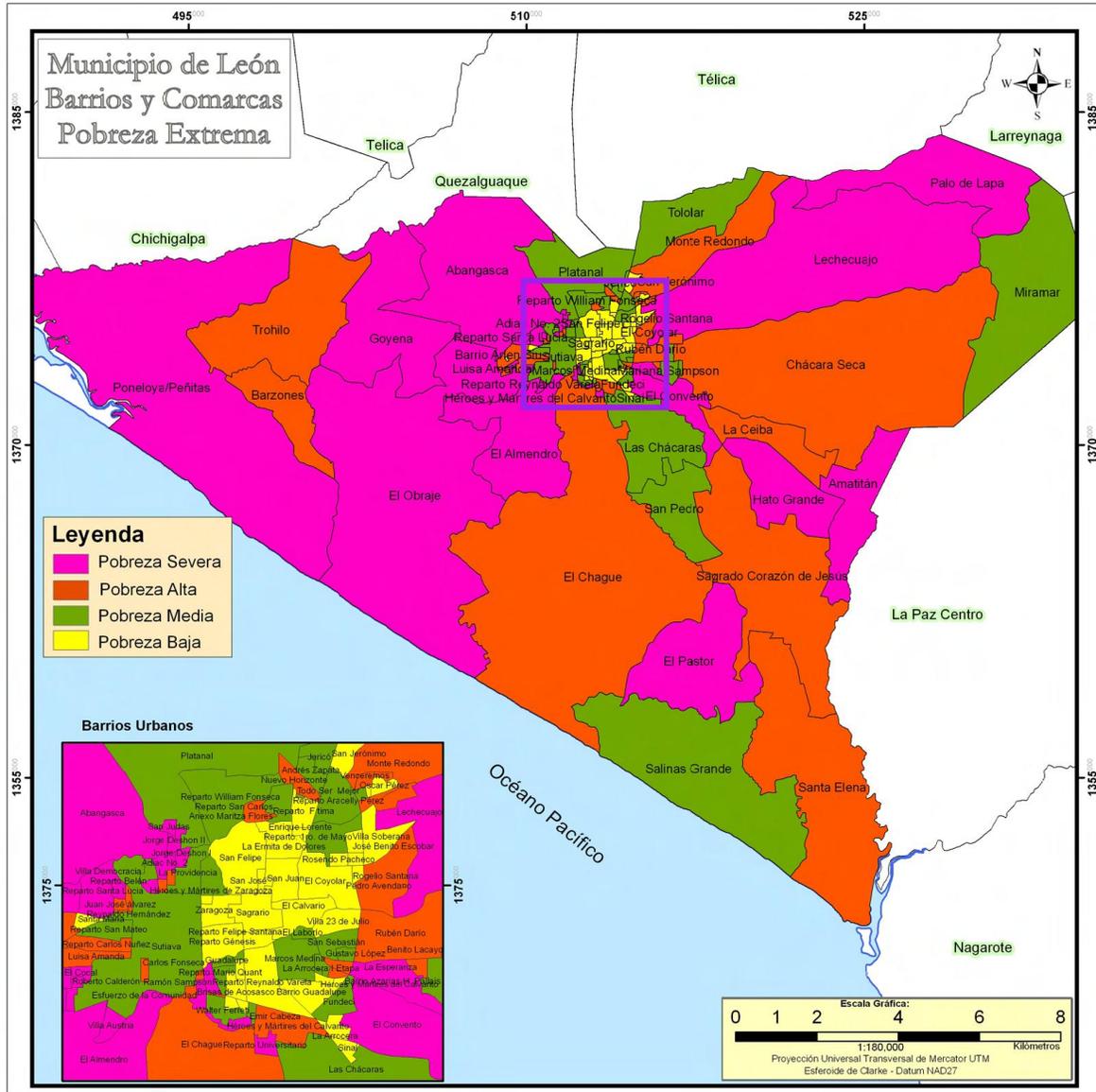
ONG´s

- Living water <http://www.water.cc/tags/nicaragua>
- El Ayudante <http://www.water.cc/trips>
- Nicamerican missions <http://nicamericanmissions.org/>
- Voice of hope <http://vohope.com/>
- Project Minnesota <http://www.mn-leon.org/>
- Global Glimpse <http://globalglimpse.org/>
- New haven <http://www.newhavenleon.org/>
- Just hope <http://justhope.org/>
- SuNica <http://sunica.org/>
- Viviendas León <http://viviendasleon.org/>



ANEXOS

Anexo 1. Mapa de pobreza del municipio de León





Anexo 2. Donaciones por partes de los grupos a las comunidades.



Entrega de alimentos



Entrega de alimentos



Consultas Médicas



Construcción



Perforación de Pozo



Anexo 3 Mapa de pobreza de Nicaragua





Anexo 4

ENTREVISTA a las ONG's

Apreciable entrevistado, somos egresados de la carrera Gestión de Empresas Turísticas de la UNAN-León, y como tesis final estamos realizando un “**Análisis de los efectos socioeconómicos del turismo solidario en el municipio de León, Nicaragua**”, por lo cual nos gustaría conocer un poco más sobre los programas de actividades que realizan los grupos que trae la ONG a León y su efecto en la ciudad.

Muchas Gracias!

Datos Generales

Nombre de la ONG _____ Tipo de ONG: Civil ____ Religiosa____

Años de operar en Nicaragua _____

Nombre del entrevistado _____ Cargo_____

Nivel Académico: Secundaria__ Universitario____ Graduado Universitario____

- 1- ¿Cuál es la cartera de proyectos o programas de la ONG?
- 2- ¿Cuál es el objetivo o finalidad de estos proyectos o programas?
- 3- ¿Cuántos grupos de turistas traen por año? ¿Y cuál es el promedio de participantes por grupo?
- 4- ¿Qué barrios o comarcas del municipio de León visitan las delegaciones?
- 5- ¿En qué consisten las actividades que realizan los participantes durante su visita en Nicaragua?
- 6- ¿Cuál es el objetivo de estos programas? ¿Quién desarrolla los programas de actividades que estos realizan?
- 7- ¿Contratan personal adicional para la atención de los grupos?
- 8- ¿Qué servicios contratan para la atención de los grupos?

Comentario final.



Anexo 5

Encuesta a población local

Apreciable encuestado, somos egresados de la carrera Gestión de Empresas Turísticas de la UNAN-León, y como tesis final estamos realizando un “**Análisis de los efectos socioeconómicos del turismo solidario en el municipio de León, Nicaragua**”, por lo cual nos gustaría conocer de qué manera le ha beneficiado esta actividad o los programas que estos turistas llevan a cabo en el municipio de León.

Datos Generales

Sexo: M_____ F_____

Escolaridad: Primaria_____ Secundaria_____ Universitario_____

Profesión u Oficio _____

Conteste:

1- ¿Han tenido alguna vez la visita de alguna o varias ONG's con brigadas extranjeras que brinden algún tipo de ayuda en su comunidad o barrio?

Sí_____ No_____

2- ¿Qué tipo de brigadas?

Evangelistas_____ Médicos_____ Maestros_____ Constructores_____

Otros_____ ¿De qué tipo? _____

3- ¿Qué tipo de ayuda han recibido?

Construcción de vivienda_____ Entrenamientos o capacitaciones_____

Donaciones de alimentos_____ Consultas médicas y medicinas gratuitas_____

Construcción de Iglesia_____ Mejoras a escuelas_____

Mejoras a Centro de Salud_____

Otra. _____

4- Si ud ha sido uno de los beneficiados, ¿Cuál ha sido su aporte?

Económico_____ Laboral_____ Ninguno_____ Otro_____

5- ¿Quién solicitó esta intervención?

Líder comunal_____ Jefe de familia_____ Gobierno Municipal_____

Propuesta de la ONG_____ Otra. _____

6- Además de la ayuda recibida ¿Qué otros beneficios ha obtenido a partir de la llegada de grupos a su comunidad?

Trabajo_____ Mejora del nivel de educación_____

Acceso a servicios básicos_____ Otro. _____

7- En general, ¿Considera ud. que ha habido una mejoría en la comunidad, a partir de la llegada de los grupos?

Sí_____ No_____



Anexo 6

ENTREVISTA al INTUR

Apreciable entrevistado, somos egresados de la carrera Gestión de Empresas Turísticas de la UNAN-León, y como tesis final estamos realizando un “**Análisis de los efectos socioeconómicos del turismo solidario en el municipio de León, Nicaragua**”, por lo cual necesitamos conocer el rol del INTUR respecto al funcionamiento de los programas de turismo solidario que implementan los Organizaciones No Gubernamentales en León.

De antemano, muchas gracias.

Nombre y cargo del entrevistado: _____

- 1- ¿Cuál es el concepto de Turismo Solidario que maneja el INTUR?
- 2- ¿Está al tanto el INTUR de la operación que realizan las ONG´s con los turistas solidarios que traen a León?
- 3- ¿Han recibido alguna queja, o conocen la opinión de los empresarios turísticos locales respecto a la operación de viajes y otras actividades realizadas por las ONG´s a los grupos de turistas traídos por las mismas?
- 4- ¿Qué papel juega el INTUR de cara a normar la operación de grupos de estas ONG´s para evitar que sean una competencia desleal para las tour operadoras y otros prestadores de servicios legalmente inscritos como tal?
- 5- ¿Conocen la información utilizada por las ONG´s para la promoción del país como destino?

Comentario final.



Anexo 7

Encuesta a Empresarios Locales

Apreciable encuestado, somos egresados de la carrera Gestión de Empresas Turísticas de la UNAN-León, y como tesis final estamos realizando un “**Análisis de los efectos socioeconómicos del turismo solidario en el municipio de León, Nicaragua**”, por lo cual nos gustaría conocer de qué manera le ha beneficiado esta actividad o los programas que estos turistas llevan a cabo en el municipio de León.

Datos Generales

Tipo de Empresa _____

Nombre de propietario _____

Años de operar en el mercado _____

Favor marque la respuesta que considere.

1- ¿Conoce ud. alguna ONG o iglesia que trae grupos extranjeros?

Sí _____ No _____ ¿Cuál? _____

2- ¿Le ha prestado sus servicios a alguna ONG o iglesia?

Sí _____ No _____

Si su respuesta fue SI, mencione:

• A cuál _____

• Qué servicios le ha prestado:

Transporte _____ Traducción _____ Hospedaje _____ Alimentación _____
tours _____

3- ¿Con qué frecuencia le brinda sus servicios a esta iglesia u ONG?

Mensual _____ Cada 2 meses _____ Cada 3 meses _____ Cada 4
meses _____ Más veces al año _____

4- Estas ONG's, sin ser empresas turísticas facilitan los servicios que su empresa ofrece, ¿de qué manera considera que esto le podría estar afectando?

Reducción de clientes potenciales _____ Competencia desleal _____

Prescinden de mis servicios _____ No hay afectación _____

Otra. ¿Cuál? _____

5- ¿Considera ud que estas ONG's deberían ser supervisadas y/o reguladas por INTUR?

Sí _____ No _____

Comentario Final



Anexo 8

Survey for Solidary Tourists

Dear reader, we are graduated students of Tourism management from the university UNAN-León, we are carrying out a research titled **Analysis of the socioeconomic effects of solidarity tourism in Leon, Nicaragua**, therefore we would love to have your feedback regarding to the information presented to you to get you enroll on a trip to Nicaragua.

General Data

Nationality _____ Gender: F___ M___ Education: High school___
University undergraduate___ University Graduate_____ Other_____

Expertise Area: _____

Please check.

1- Is this your first time in Nicaragua? Yes _____ No _____

If No, how many times have you been to Nicaragua? Twice _____ Three times _____

Four times _____ More than four times _____

2- Where did you get the information about Nicaragua?

Through the NGO's website _____ A group presentation _____

Through someone who had come _____ Another _____ Where? _____

3- What was the image you had of Nicaragua, according the information you got, before coming?

A tourist destination _____

A country with lack of health care _____

A country with lack of education _____

A country with spiritual weaknesses _____

A country with serious problems but with tourism potential _____

Other _____

4- What is the main reason of your visit to Nicaragua?

To do construction _____ To provide healthcare _____

To do evangelism _____ To do educational training _____

To evaluate the possibilities to move down to work _____

Other _____

5- During the time you have been here, has your perception about the country changed?

Yes _____ No _____

If you answered Yes, how:

Is worse than I thought _____ Is better than I thought _____

I haven't been able to get to know it better _____

Other _____

6- Would you comeback to Nicaragua? Yes _____ No _____

If you answered Yes, you could come back to:

Do the same _____ To live and work _____

To retire _____ To do tourism _____

Thanks you very much!