

DEMANDA TURÍSTICA EN LEÓN, NICARAGUA DURANTE EL PERIODO 2015-2020

Yader Alberto Aviles-Peralta*



<https://orcid.org/0000-0003-0695-6743>

Dunieckse Mayorga Centeno**



<https://orcid.org/0000-0002-3741-0789>

Lucía Gabriela Palma Juárez***



<https://orcid.org/0000-0002-2342-0572>

RECIBIDO: 31/01/2023 / ACEPTADO: 29/04/2023 / PUBLICADO: 12/05/2023

Como citar: Aviles-Peralta, Y.; Mayorga Centeno, D.; Palma Juárez, L. (2023). Demanda turística en León, Nicaragua durante el periodo 2015-2020. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 25 (2), 426-440. www.doi.org/10.36390/telos252.13

RESUMEN

El municipio de León de Nicaragua se caracteriza por ser una ciudad histórica, colonial, universitaria, con diversidad natural, cultural y altamente turística. El turismo ha representado oportunidades para generar inversión fija de calidad en la ciudad como hoteles, hostales, restaurantes, cafeterías, entre otros, además de nuevos empleos y dinamización de la economía local a través de los gastos que hacen los visitantes. Este estudio analiza la demanda turística en León, Nicaragua durante el periodo 2015-2020, es cuantitativo y se analizan datos de la Oficina de Información Turística, que se destaca por ser el sitio de referencia en la ciudad cuando los turistas buscan información de la oferta turística existente. Los resultados reflejan un comportamiento creciente de la afluencia de visitantes y de sus gastos en los años 2015 al 2017, sin embargo, los eventos sociopolíticos del año 2018 y la pandemia del COVID-19 tuvieron un impacto negativo en este sector, que redujo la afluencia a valores mínimos. La mayor procedencia es de Europa, predominan las estancias cortas de 1 a 3 días, las mujeres tienden a visitar mayormente la ciudad aunque la diferencia no es tan marcada respecto a los hombres, y el motivo de visita que prevalece es "turismo". Por último, el tipo de alojamiento más demandado son los hostales y el gasto colectivo de los turistas entrevistados por la OIT en 2017 fue \$437,557.19 dólares, muy por encima de los \$20,264.78 dólares estimados para el año 2020.

Palabras clave: demanda turística, turismo nacional, turismo internacional, Nicaragua.

* Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Centro de Investigación en Economía y Desarrollo, CIED yader.peralta@ce.unanleon.edu.ni

** Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Centro de Investigación en Economía y Desarrollo, CIED dunieckse.mayorga@ce.unanleon.edu.ni

*** Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Centro de Investigación en Economía y Desarrollo, CIED lucia.palma@ce.unanleon.edu.ni

Tourist demand in León, Nicaragua during the period 2015-2020

ABSTRACT

The municipality of León, Nicaragua is characterized by being a historic, colonial, university city, with natural and cultural diversity, and highly touristy. Tourism has represented opportunities to generate quality fixed investment in the city such as hotels, hostels, restaurants, cafes, among others, as well as new jobs and the dynamization of the local economy through the expenses made by visitors. This study analyzes the tourist demand in León, Nicaragua during the period 2015-2020. It is quantitative and analyzes data from the Tourist Information Office, which stands out as the reference site in the city when tourists look for information on the existing tourist offer. The results reflect a growing behavior of visitor influx and their expenses in the years 2015 to 2017. However, the socio-political events of 2018 and the COVID-19 pandemic had a negative impact on this sector, reducing the influx to minimum values. The majority of visitors come from Europe, short stays of 1 to 3 days predominate, women tend to visit the city more frequently although the difference is not so marked compared to men, and the prevailing reason for visit is "tourism". Finally, the most demanded type of accommodation is hostels and the collective expense of the tourists interviewed by the OIT was \$437,557.19 dollars in 2017, far above the estimated \$20,264.78 dollars for the year 2020.

Keywords: tourist demand, domestic tourism, international tourism, Nicaragua.

Introducción

En los últimos años, la actividad turística en el mundo ha venido mejorando, creciendo y diversificándose, ocupando en la actualidad los primeros puestos en los sectores económicos que más aportan a las economías locales y al desarrollo económico y social de las familias que desarrollan esta actividad (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2020) aunque en el 2021 haya sido el peor de la historia de este rubro debido a la pandemia del COVID-19 (OMT, 2021).

Para Nicaragua el turismo representó el 3.2% del Producto Interno Bruto (PIB) en 2017, 2.6% en 2018 y 2.8% en 2019 (Banco Central de Nicaragua [BCN], 2021) y según el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN, 2021), "entre 2007-2017 ingresaron al país 13,019,736 turistas, para un promedio anual de 1,183,612 turistas (+31.7% en relación a 2006 en el que ingresaron 898,699 turistas)" y los ingresos en divisas alcanzaron "un monto de US \$4,763.7 millones (US \$433.1 millones promedio anual; +87.8% respecto a 2006 que fue de US \$230.6 millones)", sin embargo, esta tendencia se vio afectada directamente por la crisis sociopolítica del año 2018 y la pandemia del COVID-19 que tuvo consecuencias en la reducción de la demanda turística y los ingresos generados a través de ella (BCN, 2020a; BCN, 2020b; GRUN, 2021),

No obstante a este shock en el sector turismo, la "Política Nacional de Turismo" se ha solidificado y sigue enfocada en promover al país como un destino atractivo, diversificado, con calidad, sostenibilidad y complementariedad, proyectándose para el periodo 2022-2026 la "llegada de 9,585,212 turistas y la generación de US \$3,355 millones en ingresos por Turismo" (GRUN, 2021).

En el caso de la ciudad de León, se ubica entre los principales destinos turísticos más visitado de Nicaragua por poseer diversidad de recursos naturales, culturales y patrimoniales. A

esto se le suma el turismo comunitario que se ha vuelto parte de los atractivos ofertados (Bolaños et al., 2020; Martínez-Salgado, 2020). Hay que mencionar que en el año 2011, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura que por sus siglas en inglés se abrevia UNESCO, declaró la Catedral de León en Nicaragua como Patrimonio Mundial de la Humanidad (Sistema de Integración Centroamericana [SICA], 2011) y recientemente en el 2020 se dio la incorporación de la ciudad en la Red Mundial de Ciudades para el Aprendizaje, lo que la hace un destino con alto potencial de demanda turística.

Este estudio describe la demanda turística en León, Nicaragua durante el periodo 2015-2020. Cabe destacar que el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR, 2019a) publica en su “Boletín de Estadísticas de Turismo” datos relacionados a la actividad turística del país, y a nivel desagregado por departamento solo se plantean datos de oferta pero no de demanda, por tanto, los resultados presentados son novedosos y valiosos para los encargados de la planificación y la gestión del turismo por tener una radiografía de variables como la afluencia turística mensual desde el año 2015 al 2020, la procedencia y sexo de los visitantes, estadía, motivos de visita, preferencia de alojamiento y gastos totales acumulados, y en base a esto, identificar oportunidades y áreas de mejora y diseñar estrategias que contribuyan al desarrollo económico y social de la ciudad y el país, al fomentar la generación de empleo, el aumento de la inversión y mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Revisión de Literatura

El turismo es un fenómeno en constante cambio que está influenciado por distintos factores interconectados, como la demanda y oferta turística, la ubicación geográfica del sitio y por supuesto los actores involucrados. La importancia del turismo tomó una gran dimensión en la década de 1950 cuando se consolidó el modelo de “economía del turismo” y desde entonces la polémica sobre su concepto tomó distintos rumbos (Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas [FIIAPP], 2011), hasta que la OMT realizó la “Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo”, en Ottawa en 1991 donde estableció que: “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros”.

Esta conferencia fue trascendental porque además se discutieron y aprobaron temas y nuevas metodologías relacionadas con la medición y análisis de los datos estadísticos del turismo a nivel mundial, así como la importancia de contar con información precisa y confiable para la toma de decisiones en el sector turístico. Estos acuerdos, así como el concepto de turismo, fueron ratificados por la OMT y Organización de las Naciones Unidas (OMT y ONU, 1994) en la “actualización de las recomendaciones sobre estadísticas de turismo”, concepto que aún está vigente en la actualidad.

Para el caso de Nicaragua, el BCN en su “Cuenta Satélite de Turismo: Nota Metodológica” define turismo como:

Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. Las personas a las que hace referencia la definición de turismo se denominan “visitantes” y se

consideran el componente básico de la actividad turística. Los visitantes se clasifican en turistas y excursionistas, según el tiempo que permanecen en el sitio visitado; los primeros pernoctan en el lugar y los segundos permanecen menos de 24 horas. Los mismos pueden movilizarse desde su lugar de residencia hacia cualquier destino no solo por vacaciones sino también por diversas razones (BCN, 2009, p. 11).

Se retoma en esencia el concepto propuesto por la OMT y se aclara la diferencia entre un turista y un excursionista, ambos incluidos en la categoría de "visitantes". La misma OMT a esta figura la denomina "viajeros" y explica que el turismo es una fuerza económica importante que afecta tanto directa como indirectamente a los destinos visitados y a sus alrededores. Cuando se habla de la actividad económica en una zona turística, es importante tener en cuenta que el aumento en la demanda de bienes y servicios está directamente relacionado con el flujo de turistas que visitan el destino turístico, es decir, con la demanda turística (OMT, 2023).

Al respecto, la ciudad de León cuenta con todas las características necesarias para ser considerada un destino turístico. En este sentido la OMT (2019) define que "un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar" (p.15). Por tanto, un destino turístico es un conjunto de productos y servicios, actividades y experiencias ubicados en un mismo lugar que forman una unidad básica de análisis del sector turístico. Su imagen e identidad son elementos clave en su competitividad en el mercado y pueden extenderse para formar destinos de mayor magnitud. Aunque no es tangible, su importancia en la economía y la sociedad es innegable.

La ciudad de León es un destino turístico que destaca por su rica historia colonial y cultural. Fundada en 1524 por los conquistadores españoles, fue una de las ciudades más importantes de la región durante la época colonial, y hoy en día sigue conservando su esplendor de año en año. Entre sus atractivos más destacados se encuentra la icónica catedral, considerada una obra maestra del estilo barroco y uno de los monumentos más grandes y antiguos de América Latina. Pero la ciudad no se limita a su arquitectura histórica reflejada en casas, calles e iglesias, también es conocida como la "Ciudad del Aprendizaje" gracias a la presencia de varias universidades como la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN León, la institución de educación superior más antigua de Nicaragua fundada en 1812. Además, rodeada por una impresionante belleza natural, como el volcán Cerro Negro, playas y la Reserva Natural Isla Juan Venado, León ofrece una amplia variedad de actividades al aire libre para aquellos que deseen explorar la naturaleza.

En este sentido, comprender la demanda turística es fundamental para el desarrollo de León como destino turístico, lo que puede generar evidencias para la buena toma de decisiones de políticas y acciones y lograr impacto positivo en su economía y sociedad en general. En relación con esto, para el análisis de la demanda turística, es importante tener en cuenta que puede abarcar diversos conceptos y aspectos y se debe de considerar la complejidad y diversidad de factores relacionados al destino (Rigol, 2009). Sancho (1998) por ejemplo explica que la demanda turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los visitantes desean adquirir durante su estancia en un destino turístico. La demanda turística está formada por las motivaciones, necesidades y deseos de los turistas, así como por sus recursos económicos y su capacidad para viajar. El BCN (2009) también por ejemplo define a la demanda turística como

el “consumo realizado por, o en nombre del visitante, antes, durante y después de la realización de un viaje, desarrollándose éste fuera del entorno habitual” (p.12).

FIIAPP (2011) por su parte plantea que demanda turística está “compuesta por el conjunto de consumidores, potenciales o reales, de bienes y servicios turísticos”; Así mismo, ofrece un abordaje más amplio al plantear que la demanda turística debe identificar los clientes actuales y potenciales abordando variables como: las características de los turistas (sexo, edad, donde reside, ocupación, viaja solo o en familia, educación), motivaciones del viaje (motivos, preferencias, actividades a realizar, razones por las que ha elegido el destino), hábitos y comportamientos (estancia, alojamiento, época para viajar, medios de transporte utilizado), gasto turístico (montos y estructura de gasto) y opiniones y valoraciones. Un abordaje más amplio sobre estos conceptos puede ser consultados en Naciones Unidas (2010).

Materiales y método

La investigación es de enfoque cuantitativo, no experimental, de alcance descriptivo (Hernández Sampieri et al., 2014). Se estudia la demanda turística en el municipio de León, Nicaragua durante el periodo 2015-2020 y los datos fueron proporcionados por la Oficina de Información Turística (OIT) de la ciudad de León.

La OIT surgió como iniciativa de la Alcaldía Municipal de León (AML) y la Escuela de Turismo de la UNAN León, a través de un convenio que realizaron entre ambas instituciones, el 22 de abril de 1997, la que desde su fundación ha funcionado como el principal centro de información turística en la ciudad de León para los visitantes nacionales e internacionales.

A partir del año 2015, a los visitantes que solicitan información a la OIT sobre la oferta turística de León, el responsable de la Oficina les realiza una encuesta de forma manual sobre características generales de su visita a la ciudad y luego se incorporan a una base de datos en Excel que se estructura por día y mes del año correspondiente. Vale decir que la información recopilada corresponde a una proyección y comportamiento de lo que sería la demanda de turismo real.

Las variables se analizan para los años 2015-2020 y corresponden a:

- Afluencia turística mensual
- Procedencia de los visitantes extranjeros
- Sexo de los visitantes extranjeros
- Estadía
- Motivo de visita
- Preferencia de alojamiento
- Gastos totales

Una vez obtenida las estadísticas, se procedió a elaborar una base de datos en el programa Microsoft Excel en el que se realizaron las respectivas tabulaciones y gráficos descriptivos.

Resultados y discusión

Afluencia de turistas a la ciudad de León

La cantidad de visitantes que llegan a un destino está determinada por las estrategias que se implementen en el mismo, es muy importante la interacción e integración del visitante que se propicie en el entorno, además de que se garantice para el usuario una experiencia única e

inmejorable (Bastidas Gómez et al., 2019). La ciudad de León de Nicaragua se ha venido convirtiendo en un atractivo turístico que capta visitantes tanto nacionales como extranjeros, llegando a ser de relevancia dado a las riquezas naturales, culturales e históricas que posee, lo que permite que la ciudad tenga ventajas comparativas con respecto a otros destinos del país.

En la Figura 1 se observa la afluencia de turistas en búsqueda de información en la ciudad de León para los años 2015 a 2020; es evidente que en los meses de enero a junio hay un comportamiento a la baja, fenómeno que suele suceder en las actividades turísticas pero que, sin embargo, debe revisarse pues para el desarrollo del turismo en los destinos no solo es importante la “temporada” sino también el estudio de la competitividad y la calidad de los servicios que se brindan, debido a que esto influye en el tiempo que dura la visita y las probabilidades de retornar (Morillo Moreno y Morillo Moreno, 2016). En los siguientes meses se recupera la cantidad de visitantes en el destino.

Al comparar el año 2015 con el 2016, hay una expansión en la visita de turistas, dado al incremento en las actividades que se desarrollaban en la ciudad en busca de la promoción del destino, sin embargo, el crecimiento se hace mayor para el 2017, a tal grado que se da un aumento del 100%, iniciando el año con 11,280 visitantes, durante este periodo se da el nombramiento por parte de la UNESCO para la Catedral de León, como Patrimonio Histórico de la Humanidad (SICA, 2011). A como es sabido el Patrimonio Histórico aporta al turismo cultural como parte de las estrategias de desarrollo turístico sostenible, en dependencia del nivel de divulgación, conocimiento y concientización que se realice en los destinos (Pacheco Sanunga y García Meythaler, 2019).

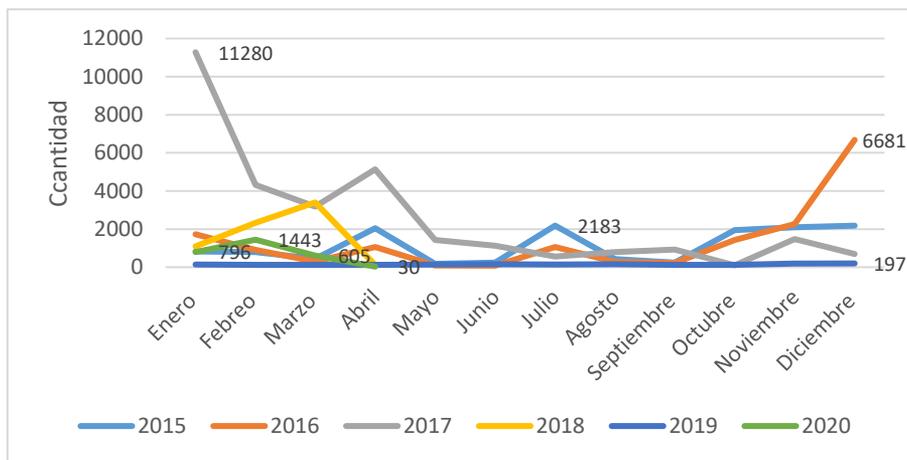
El comportamiento mantenía su curso durante los primeros meses de 2018, sobre todo por el nombramiento de León como *Ciudad Cool* (Forbes, 2018). Este nombramiento se deriva de una serie de estrategias que se implementan en las ciudades para impulsar la creatividad e innovación, a fin de que éstas sean atractivas para las inversiones de origen nacional y extranjero basados en la seguridad, la cultura y la innovación (Ginga y Brizuela, 2017). Sin embargo, dado a los acontecimientos sociopolíticos a partir de abril, el número de visitantes cae drásticamente, registrándose un promedio de 107 turistas a lo largo del año, los efectos de la crisis se evidencian principalmente en la caída del número de visitantes extranjeros. Este efecto negativo fue similar en otras ciudades del país (Castillo Zeledón et al., 2020).

El año 2019 se da el impulso de planes de reactivación para el rubro por parte de los sectores público y privado, los que incluían eventos de animación turística, de fe y religiosidad, campañas de promoción de destinos, capacitación del personal y levantamiento de información para la señalización turística, (INTUR, 2019b), de todos ellos León estuvo incluido, destacándose el IV Festival Azul Darío, evento que ha captado la atención de visitantes nacionales y extranjeros, en ese año se da muestras leves de recuperación.

La recuperación era muy prometedora sobre todo a finales de 2019 e inicios de 2020, sin embargo, el impacto de la pandemia COVID-19 y la crisis de salud pública generada frenó en gran medida las expectativas de crecimiento, observándose las afectaciones sobre todo en periodos de temporada baja. El efecto de la pandemia a nivel mundial llegó a niveles incontrolables, para enero de 2020 la OMT previó una caída entre el 20% y el 30% en la llegada de turistas internacionales significando una caída del nivel de ingresos entre \$300,000 y \$450,000 millones de dólares, el turismo es una de las actividades con mayor afectación dado

al tráfico de pasajeros y visitantes que se llegó a considerar la principal fuente de contagio (Félix Mendoza y García Reinoso, 2020).

Figura 1.
Afluencia de turistas a la ciudad de León 2015-2020



Nota: Elaboración propia con datos de Oficina de Información Turística (OIT, 2021).

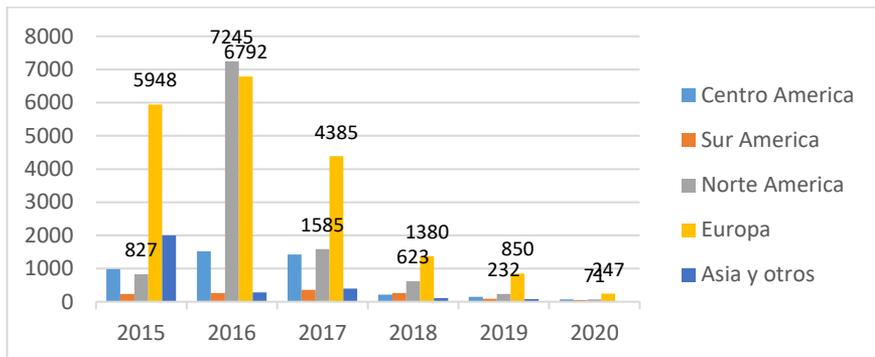
Procedencia de los visitantes extranjeros

El turismo extranjero es de mucha importancia no solo para la actividad económica como tal sino también para el desarrollo económico de países que carecen de infraestructura económica pero que poseen atractivos naturales, culturales e históricos que se convierten en destinos de gran alcance. Para la ciudad de León ha sido de mucha relevancia, sobre todo por la capacidad de generación de divisas, lo que permite el dinamismo de otras actividades económicas que se desarrollan a lo largo del municipio.

La Figura 2 muestra la procedencia de los visitantes extranjeros, en el periodo de estudio es notoria la visita de los turistas europeos quienes constituyen el primer lugar en los datos registrados aun en tiempos de crisis. En segundo lugar, se ubican los turistas norteamericanos, quienes en 2016 representaron la mayor cifra de registro llegando a 7,245 personas, este año se caracteriza por el mayor número de visitantes extranjeros, los años subsiguientes es notoria la caída.

Los turistas extranjeros con menores registros son los que provienen de Sur América, aunque en tiempos de crisis superan a los que provienen de Asia y otros lugares del mundo.

Figura 2.
 Procedencia de visitantes extranjeros 2015-2020



Nota: Elaboración propia con datos de Oficina de Información Turística (OIT, 2021).

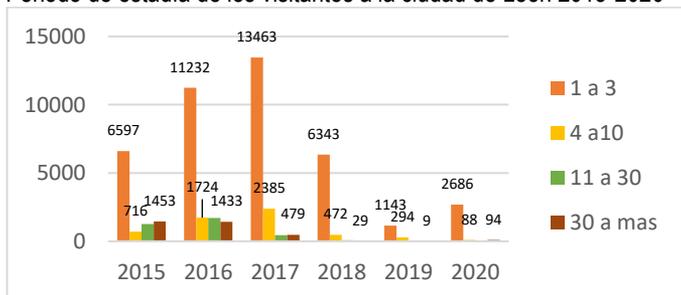
Periodo de estadía de los visitantes a la ciudad de León

León se caracteriza por el turismo de aventura, principalmente en los meses de verano, de noviembre a abril, esto debido a las vistas panorámicas, las bellezas naturales y el calor humano de los habitantes de la zona (INTUR, 2019c). Debido a esta particularidad, muchos visitantes llegan a la ciudad para recreación y en busca de una experiencia única. En la Figura 3 se muestra que a lo largo de los 5 años de estudio prevalece la estadía de 1 a 3 días, siendo la más representativa. Los visitantes tienen en su mayoría una estancia corta.

En el año 2015 se observa un comportamiento que no se da en los siguientes años y es que la estadía de 30 días a más ocupaba el segundo lugar, esto debido a que muchos turistas permanecían durante este tiempo en la ciudad para hacer negocios e inclusive establecer empresas, patrón similar al comportamiento a nivel nacional (INTUR, 2017).

Del año 2017 en adelante el periodo de permanencia se ve dominado por la estancia corta seguido de los que visitan la ciudad por 4 a 10 días.

Figura 3.
 Periodo de estadía de los visitantes a la ciudad de León 2015-2020



Nota: Elaboración propia con datos de Oficina de Información Turística (OIT, 2021).

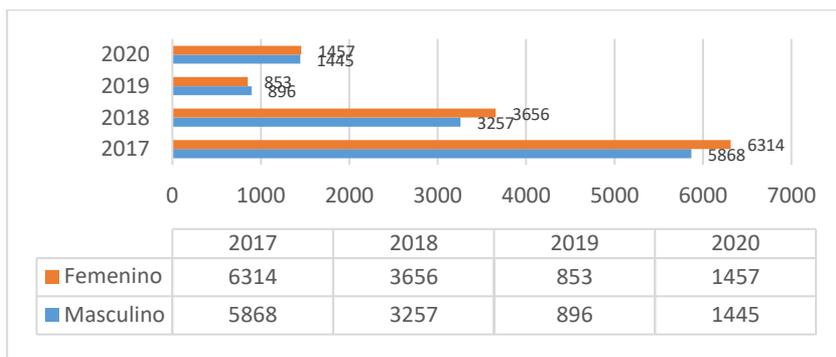
Sexo de los visitantes en el municipio de León.

La OIT fortalece sus registros de la actividad turística a partir del año 2017, incluyendo otras variables de interés en las estadísticas, entre ellas se encuentra la agrupación de los visitantes por sexo, aunque los datos no representan una diferencia marcada, se puede observar en la Figura 4 que en los años de auge es mayor la cantidad de mujeres que visitan la ciudad que de hombres, representando el 51.8% del total, esto se puede explicar dado a la mayor afluencia de visitantes extranjeros en esos años y a las visitas que se realizan en familia, a la vez los mayores espacios que han ido ganando las mujeres en las distintas actividades que se realizan, incluyendo el turismo.

En los años 2019 y 2020 la diferencia entre ambos sexos es relativamente pequeña en comparación a las cifras observadas en los años anteriores.

Figura 4.

Sexo de los visitantes a la ciudad de León 2015-2020



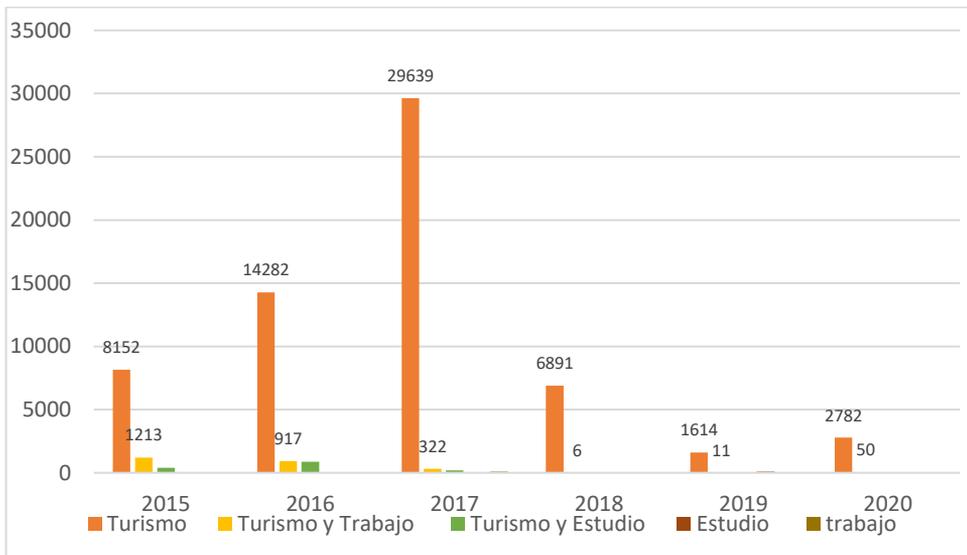
Nota: Elaboración propia con datos de Oficina de Información Turística (OIT, 2021).

Motivo de visitas de los visitantes a la ciudad de León

Los turistas que visitan León están atraídos por su historia y cultura. El casco histórico de la ciudad es una de las principales atracciones turísticas, con sus hermosas iglesias, plazas y edificios coloniales bien conservados. Muestra de eso es que “León es Ciudad de Aprendizaje, forma parte de la Red Mundial de Ciudad del Aprendizaje de la UNESCO y forma parte de la Red Nacional de Ciudades Creativas, destacándose el ámbito de literatura” (Nicaragua Creativa, 2021).

De acuerdo con lo que se planteó en la Figura 3, los visitantes tienen estancia corta lo que se confirma con la Figura 5, en la que se observa que la principal motivación de visita es “turismo” el que se entiende que se caracteriza por actividades de vacaciones o recreación, esto representa el 42.2% del total de visitantes, la menor parte de éstos son los que realizan visita por motivos de trabajo con un 3.1%.

Figura 5.
 Motivo de visita de los turistas a la ciudad de León 2015-2020



Nota: Elaboración propia con datos de Oficina de Información Turística (OIT, 2021).

Tipo de alojamiento que prefieren los visitantes a la ciudad de León.

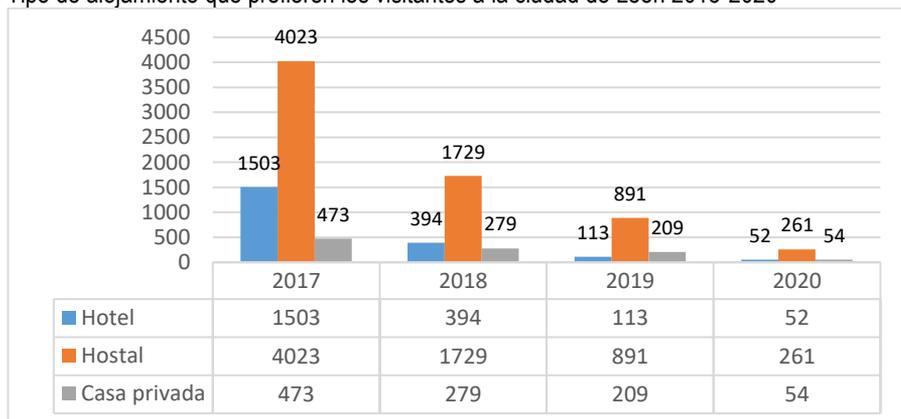
El servicio de alojamiento incide en la visita de los turistas, no solo en la estadía sino también en que regresen al destino, debido al incremento de los riesgos por acontecimientos presentados a nivel mundial, la preferencia ha venido estando enfocada en alojamientos seguros, cómodos y a precios accesibles, pero que se caracterizan por la aplicación de medidas de seguridad (Carrillo Rosero et al., 2022). León tiene una oferta hotelera variada, pues posee diversas opciones en el servicio de alojamientos turísticos en el cual se destacan 128 establecimientos clasificados según el tipo y categoría, existen 5 hoteles de cuatro de estrellas, 9 de 3 estrellas, 6 de una estrella, un apartotel y 103 alojamientos turísticos de carácter no hotelero. Las características de los visitantes indican los lugares que eligen para alojarse, principalmente el motivo de visita, el presupuesto y la necesidad que busca satisfacer.

Los hostales familiares son los establecimientos que ofertan instalaciones y servicios especialmente para atender a personas que llegan a la ciudad a vacacionar a costos que son alcanzables para visitantes de clase media, este tipo de alojamiento alcanza el 69% de los visitantes, durante los años 2017 y 2018 el segundo lugar lo ocupan los hoteles, esto dado a que implican costos más altos de acuerdo al número de estrellas que poseen, sin embargo, en 2019 y 2020, el segundo lugar en preferencia de alojamiento lo ocupan las casas privadas, dejando en tercer lugar a los hoteles.

Una limitación que se despliega de este análisis es que no se conoce a detalle si estos tipos de negocios de alojamiento, incluso cualquiera de los negocios relacionados con la actividad turística en la ciudad, están en manos de propietarios nacionales o internacionales. A

veces por la escasez de capital humano, las localidades dependen de las habilidades extranjeras y financiamiento para desarrollar esta actividad económica, lo que puede generar algunas situaciones no positivas como el retorno de las ganancias a otros países o negocios elitistas y exclusivos (Jewkes & Murcott, 1998). En este sentido, Franzidis, (2019) realizó una investigación en Granada, Nicaragua, una ciudad muy parecida a León, en el que concluyó que el turismo social a través de las empresas es un modelo que puede ser provechosos para el desarrollo de la localidad y su población.

Figura 6.
Tipo de alojamiento que prefieren los visitantes a la ciudad de León 2015-2020



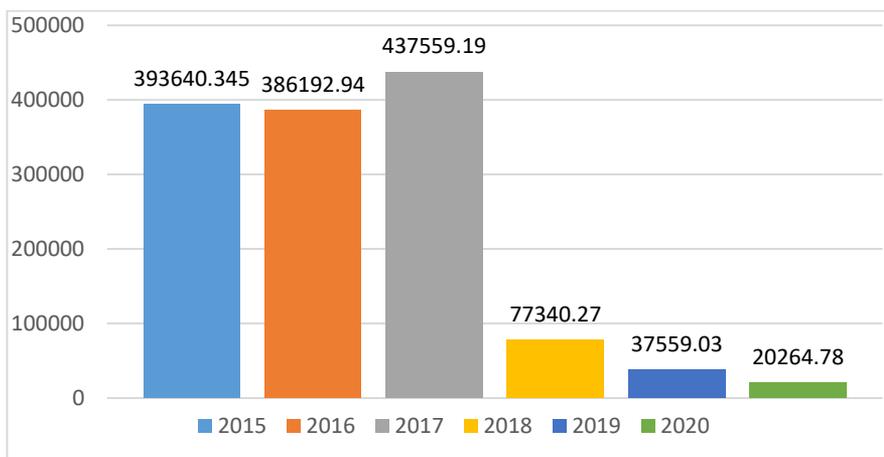
Nota: Elaboración propia con datos de Oficina de Información Turística (OIT, 2021).

Gastos anuales de los visitantes extranjeros a la ciudad de León (\$)

Los gastos registrados por la OIT en las actividades que realizan los visitantes extranjeros en la ciudad alcanzan el nivel más alto en 2017, llegando a más de \$400,000 dólares, siendo los primeros meses del año los de mayor porcentaje en representación, a finales de 2018 esta cifra tiene una caída al alcanzar los \$37,000, a partir de ese año el gasto viene en reducción, llegando al menor nivel en 2020 con \$20,264.78.

El gasto en turismo es una variable de mucha importancia dado que dinamiza otros sectores de la economía, principalmente en la ciudad de León que se caracteriza por pequeños negocios familiares, los que experimentan crecimiento en sus ventas, ingresos, expansión de sus establecimientos y, por lo tanto, mayor dinamismo de la actividad económica de la ciudad. Estudios demostraron que el desarrollo del turismo en Nicaragua a largo plazo contribuye a la reducción de la pobreza extrema (Vanegas & Croes, 2007; Vanegas et al., 2015).

Figura 7.
Gastos anuales (\$) de los visitantes a la ciudad de León 2015-2020.



Nota: Elaboración propia con datos de Oficina de Información Turística (OIT, 2021).

Conclusiones

La ciudad de León es un destino turístico que capta visitantes tanto nacionales como extranjeros, gracias a las riquezas naturales, culturales e históricas que posee. Durante los años analizados, se observa un comportamiento a la baja en los meses de enero a junio, lo que indica la importancia de revisar las estrategias implementadas para el desarrollo turístico en los destinos, más allá de la temporada alta.

La demanda turística en el municipio de León mostraba un comportamiento creciente en el periodo 2015-2017, las acciones de promoción por parte del sector público y privado y la mejora acumulada en la calidad de la oferta ubicaban al municipio como uno de los destinos principales para los turistas extranjeros y nacionales. Tanto así que en el año 2017 fue el de mayor crecimiento en la cantidad de visitantes, con un aumento del 100%. No obstante, la crisis sociopolítica del año 2018 afectó totalmente la afluencia de visitantes al punto que cayó a cero a partir mayo de ese año y se mantuvo casi nula durante los demás meses. En el año 2019 se impulsaron planes de reactivación para el turismo en la ciudad de León, lo que permitió una leve recuperación pero la pandemia del COVID-19 vino a impactar negativamente de nueva cuenta a este sector, cuyos efectos se evidenciaron aún más a partir de mayo de 2020.

Se puede concluir que los turistas europeos son los que más visitan la ciudad aunque en el 2016 el primer lugar lo obtuvo el turista de Norte América. Predomina las estancias cortas de 1 a 3 días, las mujeres tienden a visitar mayormente la ciudad aunque la diferencia no es tan marcada respecto a los hombres, y el motivo de visita que prevalece es "turismo".

Por último, el tipo de alojamiento más demandado son los hostales muy por encima de hoteles y casas privadas, explicado por que existe mayor oferta de esta categoría y son más económicos. En el año 2017 se encontró que el gasto colectivo de los turistas que fueron captados por la OIT fue \$437,557.19 dólares, en contraposición de los \$20,264.78 dólares estimados para el año 2020.

Cabe destacar que este estudio tuvo limitaciones de datos dado que la fuente era secundaria, por ejemplo no se logró obtener la estadía promedio, además de limitaciones

temporales. El estudio se enfoca en el periodo 2015-2020, lo que significa que los resultados no reflejan la situación actual del turismo en León. Además, la representatividad de los datos debe de mencionarse como un factor a tomar en cuenta ya que la OIT no alcanza a todos los turistas que llegan a la ciudad y no se conoce tampoco el porcentaje.

Es importante mencionar que, aunque este estudio es informativo y puede servir como base para futuras investigaciones y toma de decisiones en el sector turístico de León, es necesario continuar analizando y evaluando las tendencias y necesidades de los turistas en la ciudad para poder desarrollar estrategias efectivas que permitan mejorar y fomentar el turismo en la región. Temas como demanda turística en los últimos años, oferta turística, percepción del turista, impacto de la pandemia en los negocios turísticos o el impacto económico del turismo en la ciudad pueden ser tomados a consideración para futuros estudios.

Declaración de Conflictos de Interés

No declaran conflictos de interés.

Contribución de autores

Autor	Concepto	Curación de datos	Análisis/ Software	Investigación/ Metodología	Proyecto/ recursos/ Fondos	Supervision/ Validacion	Escritura inicial	Redacción: revisión y edición final
1	X			X	X	X	X	
2	X	X	X	X		X	X	
3	X	X	X				X	X

Financiamiento

N/A.

Referencias bibliográficas

- Bastidas Gómez, M., Martelo Gómez, R., y Fontalvo Herrera, T. (2019). Caracterización de smart cities para el fortalecimiento del turismo en la ciudad de Carragena. *Aglala*, 10(1), 241–268. <https://doi.org/10.22519/22157360.1346>
- Banco Central de Nicaragua. (2009). *Cuenta Satélite de Turismo de Nicaragua Nota Metodológica*. <https://www.bcn.gob.ni/sites/default/files/metodologias/CSTnotametodologica.pdf>
- Banco Central de Nicaragua. (2020a). *Nicaragua en cifras 2019*. <https://www.bcn.gob.ni/sites/default/files/documentos/Nicaragua%20en%20Cifras%202019.pdf>
- Banco Central de Nicaragua. (2020b). *Informe Anual 2020*. https://www.bcn.gob.ni/sites/default/files/documentos/Informe_Anual_2020.pdf
- Banco Central de Nicaragua. (2021). *Sector Real*. https://www.bcn.gob.ni/estadisticas/anuario_estadistico/index.php
- Bolaños, I. Hernández, D. Cisneros, R. y Esquivel, G. (2020). Turismo, una alternativa de desarrollo local con enfoque de género. Caso de estudio: La Garita - Salinas Grandes, León, Nicaragua. *Apuntes de Economía y Sociedad*, 1(2), 38-48. <https://doi.org/10.5377/aes.v1i2.11445>

- Carrillo Rosero, D., Gavilanes González, E., y López Zea, M. (2022). Preferencias del turista en un entorno posterior a la pandemia de COVID-19. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. Año: X Número: 1. Artículo no.: 7. Período: 1ro de septiembre al 31 de diciembre del 2022. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v10i1.3293>
- Castillo Zeledón, U. M., Gómez Hernández, Y. J., Meneses Picado, G. J., y Gómez García, R. J. (2020). Situación del sector hotelero y su aporte al crecimiento económico en el municipio de Estelí, en el II semestre del año 2019. *Revista Científica De FAREM-Estelí*, (33), 88–99. <https://doi.org/10.5377/farem.v0i33.9611>
- Félix Mendoza, A. G., y García Reinoso, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador) . *REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO*, 4(1), 79-103. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i1.12743>
- Forbes (2018). *The 10 Coolest Cities Around the World to Visit in 2018*. <https://www.forbes.com/sites/annabel/2018/02/22/the-10-coolest-cities-around-the-world-to-visit-in-2018/?sh=67a1ebd51bb3>
- Fransidis, A. (2019). An examination of a social tourism business in Granada, Nicaragua. *Tourism Review*, 74(6), 1179-1190. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2017-0076>
- Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas. (2011). *Formación Profesional y Turismo Sostenible. Agente de Desarrollo en Turismo Sostenible. Guía del alumnado*. <https://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/A/05.pdf>
- Ginga, L., y Brizuela, F. (2017). Iniciativas escenográficas en Rosario: lo cool como tecnología de gobierno de subjetividades urbanas. *Revista INVI*, 32(91), 163-187. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-83582017000300163>
- Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (2021). *Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano*, 2022-2026. [http://www.pndh.gob.ni/documentos/pnlc-dh/PNCL-DH_2022-2026\(19Jul21\).pdf](http://www.pndh.gob.ni/documentos/pnlc-dh/PNCL-DH_2022-2026(19Jul21).pdf)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed. --). México D.F.: McGraw-Hill.
- Instituto Nicaragüense de Turismo. (2017). *Boletín de Estadísticas de Turismo Año 2016*. https://www.intur.gob.ni/wp-content/uploads/2017/05/Estadisticas_de_Turismo-2016.pdf
- Instituto Nicaragüense de Turismo. (2019a). *Boletín de Estadísticas de Turismo Año 2019*. <https://www.intur.gob.ni/wp-content/uploads/2021/01/Bolet%C3%ADn-de-Estad%C3%ADsticas-de-Nicaragua-A%C3%B1o-2019-Compress.pdf>
- Instituto Nicaragüense de Turismo. (2019b). *Evalúan en Nicaragua desarrollo del turismo en 2019* <https://www.intur.gob.ni/2019/11/evaluan-en-nicaragua-desarrollo-del-turismo-en-2019/>
- Instituto Nicaragüense de Turismo. (2019c). *León, de los mejores lugares para aventura y fotografías*. <https://www.intur.gob.ni/2019/06/leon-de-los-mejores-lugares-para-aventura-fotografias/>
- Jewkes, R. and Murcott, A. (1998). Community representatives: representing the “community”? *Social Science Medicine*, 46 (7), 843-858.

- Martínez-Salgado, O. (2020). Situación de los recursos turísticos de las comunidades rurales del Occidente de Nicaragua para desarrollar Turismo Rural Comunitario. *Apuntes de Economía y Sociedad*, 1(1), 56–66 <https://doi.org/10.5377/aes.v1i1.11440>
- Morillo Moreno, M. C., y Morillo Moreno, M. D. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXII(2), 111-131. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28049145009>
- Naciones Unidas (2010). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. División de Estadística (Serie M, Número 83, Revisión 1). https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf
- Nicaragua Creativa (2021). Ciudad Creativa León. <https://www.nicaraguacreativa.com/2021/05/27/ciudad-creativa-leon/>
- Rigol, L. (2009). Conceptualización de la demanda turística. *Ciencias Holguín*, 15(1), 1-8. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181517987002>
- Oficina de Información Turística (OIT) (2021). Estadística de Turismo en la Ciudad de León 2021. [base de datos no publicada].
- OMT y ONU (1994). Actualización de las recomendaciones sobre estadísticas de turismo. Serie M No. 83. <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-s.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2019), Definiciones de turismo de la OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). El turismo: un fenómeno económico y social <https://www.unwto.org/es/turismo>
- Organización Mundial del Turismo. (2021). *2020: El peor año de la historia del Turismo, con 1,000 millones menos de llegadas internacionales*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Organización Mundial del Turismo. (2023, 15 de febrero). Glosario de términos de turismo. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Pacheco Sanunga, H., y García Meythaler, C. (2019). *Patrimonio histórico y turismo Cultural de la Ciudad de Latacunga*. [Trabajo de Graduación para la obtención del Título de Magíster en Turismo, Mención Gestión Sostenible en Destinos Turísticos, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio institucional <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5864>
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo.
- Sistema de Integración Centroamericana. (2011). *UNESCO incluye en la lista del Patrimonio de la Humanidad la Catedral de León* <https://www.sica.int/busqueda/Noticias.aspx?IDItem=60990&IDCat=3&IdEnt=11&Idm=1&IdmStyle=1>
- Vanegas M., & Croes R. (2007a). Tourism, economic expansion and poverty in Nicaragua: Investigating co-integration and causal relations. *Department of Applied Economics, Staff Paper Series # P07–10*, University of Minnesota, Saint Paul.
- Vanegas, M., Gartner, w., y Senauer, B. (2015). Tourism and poverty reduction: an economic sector analysis for Costa Rica and Nicaragua. *Tourism Economics*. 21 (1). 159-182. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0442>