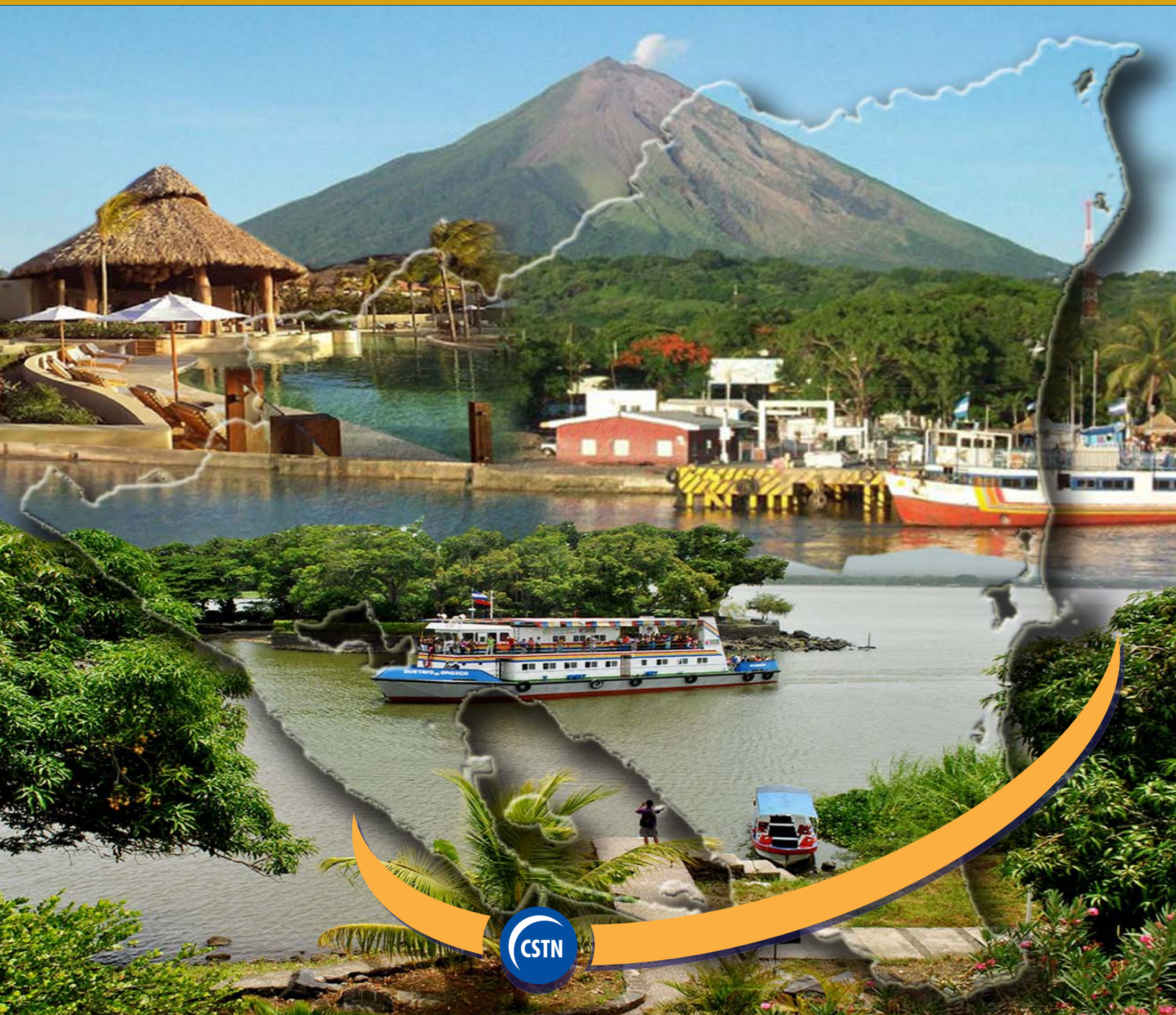




*Banco Central de Nicaragua*

*Emitiendo confianza y estabilidad*

# Cuenta Satélite de Turismo de Nicaragua 2014



## ÍNDICE

I.	Ámbito de la actividad turística 2014 .....	2
1.1	Desempeño del turismo internacional .....	2
1.2	El turismo en Nicaragua .....	2
II.	Cuenta satélite de Turismo de Nicaragua (CSTN) .....	4
2.1	Valor agregado turístico (VAT) .....	4
2.2	Consumo turístico .....	4
2.3	Producción turística .....	5
2.4	Balance Turístico .....	6
2.5	Indicadores no monetarios .....	6

## I. ÁMBITO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 2014

### 1.1 Desempeño del turismo internacional

El volumen de llegada de turistas internacionales durante 2014, experimentó un crecimiento de 4.7 por ciento<sup>1</sup> respecto al año anterior, lo cual refleja que el turismo mantiene su ritmo de crecimiento y recuperación después de la crisis financiera mundial.

A nivel regional, las Américas registraron el mayor aumento en la llegada de turistas (7%) impulsado por el desempeño de América del Norte y Centroamérica cuyo incremento fue del 8 y 6 por ciento respectivamente, situándose por encima de la media mundial.

Para el resto de las regiones, el crecimiento en llegada de turistas lo encabeza Asia y el Pacífico (5%), seguida de Europa (4%), Oriente Medio (4%) y África (2%).

Por su parte, los ingresos generados por el turismo a nivel mundial mostraron un crecimiento de 3.7 por ciento. A nivel de región, América representa el 22 por ciento de cuota, alcanzando los 274,000 millones de dólares.

### 1.2 El turismo en Nicaragua

#### *Turismo receptor*

La llegada de visitantes<sup>2</sup> internacionales mostró un crecimiento de 9.2 por ciento con respecto al año anterior; es decir, alcanzó un total de 1,390,338 visitantes, de los cuales 1,329,663 corresponden a turistas (95.6%), el 3.7 por ciento a cruceristas y el restante 0.7 por ciento a excursionistas. Los mercados emisores<sup>3</sup> mostraron cambio en su participación, Centroamérica representó el 58.8 por ciento, es decir, 3.0 puntos porcentuales menos que en 2013, Norteamérica registró una participación de 28.9 por ciento (1.7 pp más

---

<sup>1</sup> Barómetro OMT del turismo mundial, edición enero 2015.

<sup>2</sup> El término visitante incluye a los turistas que pernoctan y a los excursionistas que permanecen menos de 24 horas.

<sup>3</sup> Desde el punto de vista del país de residencia del visitante y excluyendo los cruceristas

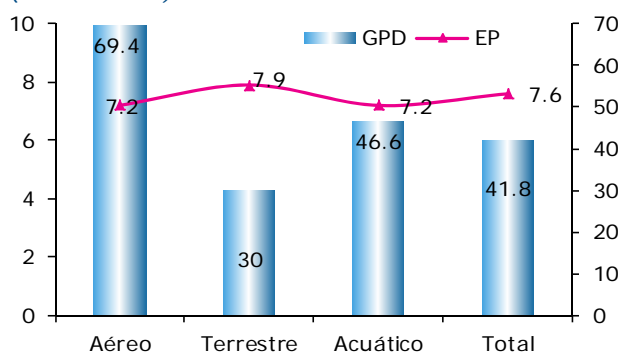


que el año anterior), seguido de Europa (7.0%), Otras Regiones (3.2%) y Suramérica (2.1%).

La vía terrestre continúa siendo la principal vía de llegada de los visitantes (65.4%), seguido de la vía aérea (32.3%) y con menor participación la vía acuática sin incluir los cruceros (2.3%).

Dentro del grupo de los turistas se obtuvo que el tiempo de permanencia en el país fue de 7.6 días mientras el gasto promedio diario (GPD) por persona fue de 41.8 dólares. Según la vía de ingreso, el GPD de los no residentes que utilizaron la vía aérea fue de 69.4 dólares, seguidos de la vía acuática y la vía terrestre con 46.6 dólares y 30.0 dólares, respectivamente.

Gráfico I - 1  
**Estadía y Gasto promedio diario del turismo receptor**  
 (dólares - días)



Fuente: BCN

Durante 2014, se atendió el arribo de 41 cruceros, con un total de 51,084 excursionistas desembarcados, lo que representó un incremento de 58.4 por ciento respecto al año anterior. El puerto donde arribó mayor número de cruceros fue San Juan del Sur (51.2%), seguido de Corinto (46.3%) y Corn Island (2.4%).

Del total de cruceristas, el 56.5 por ciento utilizó servicios de tour operadoras y el 43.5 por ciento realizó visitas por su propia cuenta. El gasto de este tipo de visitante se ubicó en 33.4 dólares promedio (sin incluir tours), destinados a la compra de artesanía (48.3%), consumo de restaurantes (22.9%), servicios de transporte (18.7%), y otros bienes y servicios (10.1%). De forma adicional, los cruceristas que contrataron los servicios de tour operadoras realizaron un gasto de 63.8 dólares promedio por persona.

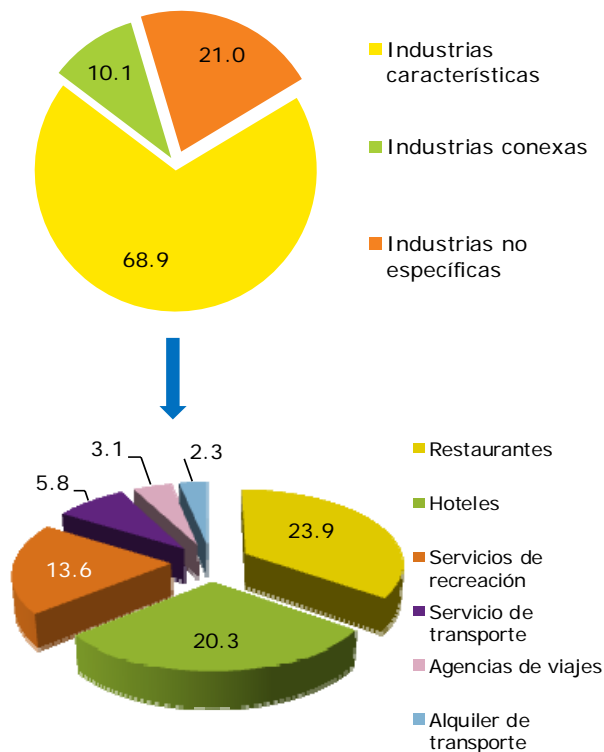
### Turismo emisor

El destino principal de viaje de los nicaragüenses continua siendo la región de Centroamérica (80.0%) a través de la vía terrestre, seguido de Norteamérica (8.7%) utilizando la vía aérea.

El gasto promedio diario en bienes y servicios fue de 118.1 dólares por persona para la vía aérea, debido a que se incluye el costo del boleto aéreo, y 12 dólares para quienes viajan por vía terrestre. Los residentes que viajaron al exterior registraron una estadía media de 17.2 días.

## II. CUENTA SATÉLITE DE TURISMO DE NICARAGUA (CSTN)

Gráfico II - 1  
**Composición del valor agregado turístico por actividad económica**  
(porcentaje)



Fuente: BCN

La CSTN sigue las directrices metodológicas de la contabilidad nacional, y su objetivo principal es estimar el valor agregado turístico (VAT), el cual se obtiene a precios de cada año. De esta forma, la CSTN utiliza un esquema que integra la producción y gasto turístico, y entrega el porcentaje que representan en el total de la economía nicaragüense.

### 2.1 Valor agregado turístico (VAT)

El turismo es una actividad transversal que involucra o requiere de diversas industrias para satisfacer la demanda del visitante. Dada esta peculiaridad, las actividades vinculadas se categorizan en: características, conexas y no específicas. La suma de los aportes de estas actividades determinó una participación de 4.3 por ciento del VAT en el PIB de 2014; es decir, 11,840.3 millones de córdobas (C\$10,562.4 millones en 2013).

Los componentes del VAT que destacan por su participación corresponden a las actividades de restaurantes (23.9%) con un incremento de 0.7 puntos porcentuales en comparación con 2013, seguido de alojamiento (20.3%) y servicios de recreación (13.6%).

La actividad de servicios de transporte de pasajeros y conexos en sus diferentes modalidades mostró un descenso de 0.4 puntos porcentuales, aportando el 8.1 por ciento.

### 2.2 Consumo turístico

El consumo turístico interior alcanzó los 26,406.0 millones de córdobas (78.1% del gasto turístico total: interior más emisor). Dentro del interior, la participación del consumo turístico interno, el cual es realizado por los residentes de la economía nicaragüense dentro del país, fue de 56.2 por ciento, mientras que la del consumo turístico receptor fue de 43.8 por ciento.

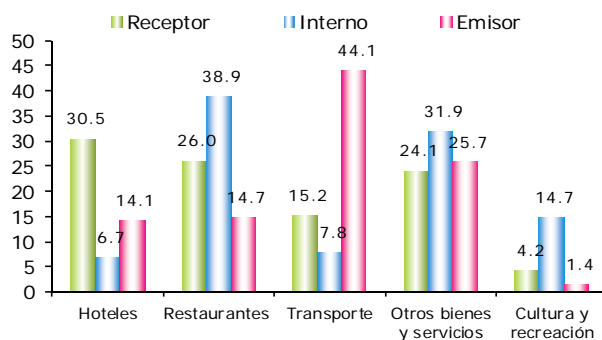
Por su parte, el turismo emisor indicó una disminución de 0.7 puntos porcentuales respecto a su participación en el consumo total, la cual alcanzó 21.9 por ciento en 2014. Esto se ve reflejado en la disminución del flujo de nicaragüenses que viajaron al exterior.

**CONSUMO TURÍSTICO POR CATEGORIA**  
(millones de córdobas)

CATEGORIA	2013	2014	Estructura porcentual	
			2013	2014
<b>Consumo total</b>	<b>30,330.0</b>	<b>33,797.5</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>Consumo turístico interior (a+b)</b>	<b>23,480.0</b>	<b>26,406.0</b>	<b>77.4</b>	<b>78.1</b>
Consumo turístico interno (a)	13,155.1	14,833.1	43.4	43.9
Consumo turístico receptor (b)	10,324.9	11,572.9	34.0	34.2
<b>Consumo turístico emisor</b>	<b>6,850.0</b>	<b>7,391.6</b>	<b>22.6</b>	<b>21.9</b>

Fuente: BCN

**Gráfico II - 2**  
**Distribución del consumo turístico según forma de turismo**  
(porcentaje)

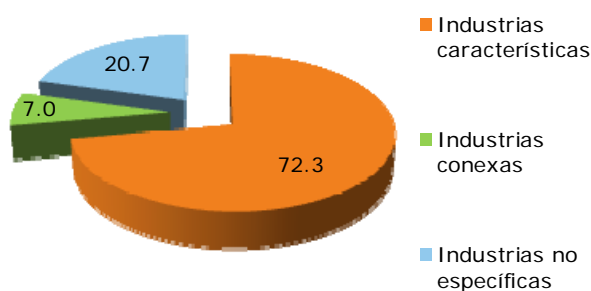


Fuente: BCN

La composición del consumo indica que el turismo receptor destinó 71.7 por ciento de su gasto de consumo para: servicios de alojamiento (30.5%), restaurantes y similares (26.0%), y transporte (15.2%). Por su parte, entre los bienes y servicios consumidos por los nicaragüenses en sus viajes internos están los servicios de restaurantes, bares y similares (38.9%), compra de alimentos, otros bienes y servicios (31.9%) y servicios de recreación (14.7%).

El turismo emisor se concentró en servicios de transporte (44.1%), compra de bienes (25.7%) y servicios de restaurantes y similares (14.7%).

**Gráfico II - 3**  
**Aporte a la producción turística según tipo de industria**  
(porcentaje)



Fuente: BCN

### 2.3 Producción turística

Las industrias características del turismo son las que generan el mayor aporte a la actividad, con una participación conjunta de 72.3 por ciento. Dentro de éstas, en el orden de mayor a menor, se observaron las siguientes contribuciones: servicios de restaurantes (30.0%), servicios de alojamiento (20.7%), servicios recreativos (10.1%), transporte (9.3%), agencias de viajes (2.2%).

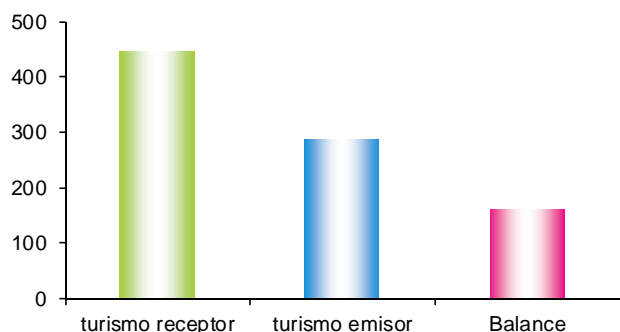
Las demás industrias, cuya producción no es directamente vinculada con el turismo, se denominan industrias conexas y no específicas y aportan el 27.7 por ciento. Estas industrias tienen la particularidad que la ausencia de turismo no afecta su funcionamiento de manera

determinante; es decir, pueden seguir existiendo aun sin el turismo.

## 2.4 Balance Turístico

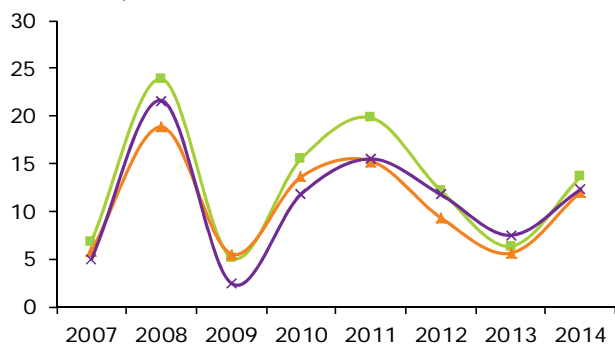
Los ingresos derivados del turismo receptor (US\$445.5 millones) registraron una tasa de crecimiento de 6.8 por ciento en comparación con el año anterior, mientras los egresos por turismo ascienden a 285.4 millones de dólares (incluye el pago por transporte internacional). En este sentido, el balance turístico para el año 2014 fue de 160.2 millones de dólares, lo cual contribuyó positivamente en el resultado de la balanza comercial.

Gráfico II - 4  
Balance turístico en la Balanza de Pagos  
(millones de US\$)



Fuente: BCN

Gráfico II - 5  
Evolución de la oferta de alojamiento 2007 - 2014  
(variación porcentual)



Fuente: INTUR.

## 2.5 Indicadores no monetarios

El desarrollo de nuevos proyectos en los últimos años dio como resultado una aceleración en algunos indicadores no monetarios, lo cual redundó en una ampliación de la infraestructura turística y la capacidad nacional. Por ejemplo, la oferta de alojamiento experimentó un crecimiento de 13.6 por ciento, con lo cual se dispone de 992 establecimientos para cubrir la demanda. Lo anterior, a su vez, se tradujo en un aumento en el número de habitaciones, el cual supera en 1,425 a la disponibilidad del año 2013, y en el número de camas disponibles que pasó de 19,850 en 2013 a 22,295 durante 2014, lo que representa un 12.3 por ciento de crecimiento de este indicador.