



Banco Central de Nicaragua

Emitiendo confianza y estabilidad

Cuenta Satélite de Turismo de Nicaragua 2016



MAYO 2017



ÍNDICE

I.	Ámbito de la actividad turística 2016	3
	1.2 El turismo en Nicaragua.....	3
II.	Cuenta satélite de Turismo de Nicaragua (CSTN).....	4
	2.1 Valor agregado turístico (VAT).....	5
	2.2 Consumo turístico	5
	2.3 Producción turística	6
	2.4 Balance Turístico	7
	2.5 Indicadores no monetarios.....	7

I. PANORAMA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 2016

1.1 Resultados del turismo internacional

El buen desempeño del sector turismo se refleja en el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales¹ (3.9%), por ciento respecto al año anterior. A nivel regional, África y la región Asia-Pacífico registraron el mayor crecimiento de las llegadas de turistas (8%), por su parte, Europa mostró un comportamiento heterogéneo entre destinos debido a los problemas de seguridad (2%), mientras Oriente Medio indicó un descenso (-4%).

Por su parte, América mantuvo el ritmo de crecimiento (4%), sobresaliendo América del Sur y Central (6%) seguido de América del Norte y el Caribe (4%).

1.2 El turismo en Nicaragua

Turismo receptor

El flujo de llegadas de visitantes² internacionales al país mostró un crecimiento de 9.6 por ciento con respecto al año anterior (139,725 visitantes adicionales). De estos, el 94.3 por ciento fueron turistas que pernoctaron al menos una noche, el 3.9 por ciento corresponde a cruceristas y el restante 1.8 por ciento a excursionistas o visitantes del día. Por su parte, los ingresos por turismo alcanzaron 642.1 millones de dólares, 21.5 por ciento superior a lo registrado en 2015. Los indicadores de estadía promedio y gasto promedio diario (GPD) muestran que el tiempo de permanencia fue de 9.5 días, con un GPD por persona de 44.8 dólares (3.3 U\$ más que en 2015).

La principal forma de ingreso al país utilizada por los visitantes continuó siendo la vía terrestre (67.4%). El GPD de quienes se movilizaron de manera terrestre fue 26.7 U\$ por persona, mientras la vía aérea registró un GPD de 71.7 U\$ por persona y movilizó el 31.4 por ciento de los visitantes.

¹ Barómetro OMT del turismo mundial, enero 2017.

² El término visitante incluye a los turistas que pernoctan y a los excursionistas que permanecen menos de 24 horas

Los tres principales motivos de viaje fueron: vacaciones, visitas familiares y el motivo trabajo o negocios.

Los hoteles fueron el principal sitio de alojamiento utilizado (51%), seguido de las casas de familia y/o amigos (39%) y otros sitios (10. %).

Por su parte, el arribo de cruceros fue significativo durante 2016, atendándose un total de 50 cruceros con 62,517 excursionistas desembarcados, lo que representó un incremento de 35.2 por ciento en la afluencia de cruceristas al país. Corinto fue el puerto donde se atendió el mayor número de cruceros (54.0%), seguido de San Juan del Sur (42.0%) y Corn Island (4.0%).

Los servicios de tours operadoras fueron utilizados por el 52.5 por ciento de los cruceristas que tomaron la opción de paquete para conocer Nicaragua, y el restante (47.5 por ciento) realizó visitas por su propia cuenta. Los visitantes de cruceros destinaron la mayor parte de su gasto de consumo a la compra de artesanía (53%), servicios de restaurantes (19.3%), servicios de transporte (15.7%), y otros bienes y servicios (12%).

Turismo emisor

Centroamérica fue la principal región de destino de los nicaragüenses (72.7%) movilizándose a través de la vía terrestre, seguido de Norteamérica (14.2%) por vía aérea.

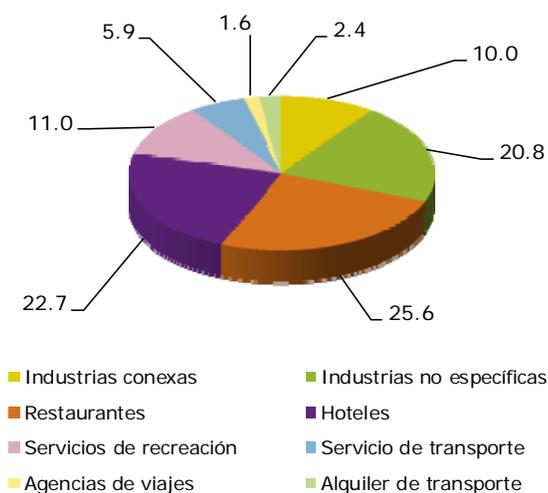
El GPD fue de 68.5 dólares por persona para la vía aérea y 14.3 dólares para quienes viajaron por vía terrestre. La estancia media fue de 15.8 días.

II. CUENTA SATÉLITE DE TURISMO DE NICARAGUA (CSTN)

El desplazamiento que realizan los visitantes de un lugar a otro por diversos motivos como ocio, vacaciones, negocios, entre otros, da origen a la demanda de bienes y servicios requeridos por dichos visitantes. Esto tiene impacto en la economía de los países que proveen estos bienes y servicios.

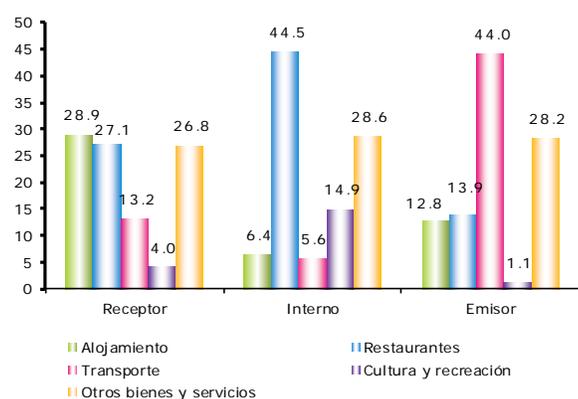
La CSTN es el instrumento estadístico, que mediante indicadores no monetarios y variables económicas como el valor agregado turístico, consumo y producción, muestra las interrelaciones entre las distintas actividades definidas como turísticas y la forma en que éstas contribuyen a la economía nacional.

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



Fuente: BCN

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



Fuente: BCN

2.1 Valor agregado turístico (VAT)

En 2016, el VAT generado por las industrias características y conexas³ al turismo determinó una participación de 4.1 por ciento en la economía nacional; es decir, 14,042.4 millones de córdobas.

En la composición del VAT las actividades características representaron 69.2 por ciento, distribuido en las actividades de restaurantes (25.6%), servicios de alojamiento (22.7%), servicios de recreación (11.0%) y servicios de transporte de pasajeros y conexos en sus diferentes modalidades (9.9%).

Por su parte las industrias conexas y no específicas participaron con el 30.8 por ciento.

2.2 Consumo turístico

El consumo turístico⁴ se clasifica en turismo interno, receptor y emisor según el lugar donde se realice el gasto. La suma del consumo interno más el receptor da origen al consumo interior, cuya participación dentro del consumo turístico total fue 78.2 por ciento (31,932.9 millones de córdobas).

La participación del consumo turístico interno, en el consumo turístico interior, fue 42.4 por ciento (7.1 pps menor en comparación con el año anterior), resultado que se vio influido por el crecimiento positivo que registró el turismo receptor por segundo año consecutivo, cuya participación fue de 57.6 por ciento.

³ Se denominan industrias características y conexas, a las industrias cuya producción es necesaria para satisfacer la demanda de los visitantes o bien parte de la misma se destina al turismo respectivamente.

⁴ El consumo turístico receptor es el que realizan los visitantes no residentes, sean extranjeros o nacionales, durante su visita al país.

El consumo turístico interno, es el que realizan los nacionales residentes dentro de las fronteras del país.

El consumo turístico emisor es el que realizan los nacionales en el exterior.

Por su parte, el consumo turístico emisor incrementó en 1.1 puntos porcentuales su participación en el consumo total, el cual alcanzó 21.8 por ciento.

Consumo turístico por categoría

(millones de córdobas)

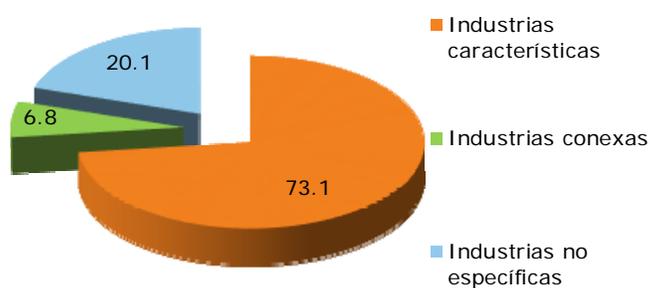
Categoría	2016	2015	Estructura porcentual	
			2016	2015
Consumo turístico interior (a+b)	31,932.9	28,524.6	78.2	79.3
Consumo turístico interno (a)	13,544.5	14,112.4	33.2	39.2
Consumo turístico receptor (b)	18,388.3	14,412.2	45.0	40.0
Consumo turístico emisor	8,895.5	7,462.0	21.8	20.7

Fuente: BCN.

La composición del consumo indica que el turismo receptor destinó 73.2 por ciento de su gasto de consumo para: servicios de alojamiento (28.9%), restaurantes (27.1%), transporte (13.2%) y recreación (4%). Por su parte, entre los bienes y servicios consumidos por los nicaragüenses en sus viajes internos están los servicios de restaurantes, (44.5%), compra de otros bienes y servicios (28.6%) y servicios de cultura y recreación (14.9%).

El gasto del turismo emisor se concentró en servicios de transporte (44.0%), compra de otros bienes y servicios (28.2%) y servicios de restaurantes (13.9%).

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



Fuente: BCN

2.3 Producción turística

Del total de la producción destinada al turismo, el 73.1 por ciento procede de la contribución que realizan las denominadas industrias características del turismo. Dentro de éstas, se observaron las siguientes participaciones: servicios de restaurantes (31.8%), servicios de alojamiento (22.3%), servicios recreativos (8.6%), transporte (9.1%) y agencias de viajes (1.3%).

En conjunto, aquellas industrias que tienen vínculos indirectos con el turismo y que se denominan industrias conexas y no específicas contribuyeron con el 26.9 por ciento.

Gráfico II - 4

Balance turístico en la Balanza de Pagos

(millones de US\$)



Fuente: BCN

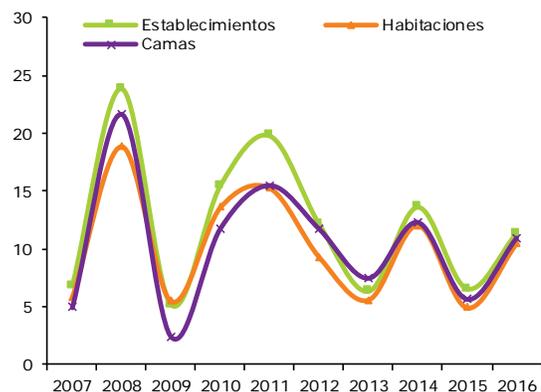
2.4 Balance Turístico

El balance turístico para el año 2016, fue de 331.3 millones de dólares (30.4% superior al año anterior), esto debido al incremento de 21.5 por ciento en los ingresos derivados del turismo receptor (US\$642.1 millones), mientras los egresos por turismo mostraron un crecimiento de 13.5 por ciento alcanzando un monto de 310.7 millones de dólares.

Gráfico II - 5

Evolución de la oferta de alojamiento 2007 - 2016

(variación porcentual)



Fuente : BCN, INTUR

2.5 Indicadores no monetarios

La oferta de alojamiento incrementó 11.4 por ciento, con lo cual se dispone de 120 establecimientos adicionales para cubrir la demanda. Lo anterior, a su vez, se tradujo en un aumento en el número de habitaciones y de camas disponibles, las cuales superan en 1,457 y 2,582 unidades a la disponibilidad del año 2015 respectivamente.

El número de habitaciones y de camas disponibles fue de 15,348 y 26,144 unidades durante 2016, lo que representa un 10.5 y 11 por ciento de crecimiento respectivamente para estos indicadores.