

## “TURISMO NICA DE SEPTIEMBRE A SEPTIEMBRE”

Por: Rolando Souza Iñesta\*

[souza@nauta.cu](mailto:souza@nauta.cu)

En septiembre del pasado año viajé a Nicaragua, país al que me unen fuertes lazos de amistad por más de 23 años. Por esa gente y su tierra siento una gran admiración, ellos han inculcado en mí el estudio de su historia y la lectura de la poesía de Rubén Darío y Leonel Rugama.



Días antes de mi llegada a tierra nica, había tenido acceso a un trabajo de una televisora Rusa que entrevistó a Laureano Facundo Ortega Murillo, asesor en el área de promoción e inversión del turismo de la agencia Pro Nicaragua. Este joven audaz con visión de futuro y bien enfocado a proyectar su país al mundo, explicó cómo está diseñada la estrategia que facilita la inversión extranjera en el sector turístico para generar crecimiento económico y la creación de empleos en su país. A decir verdad no pensé que sus palabras se ajustaran a la realidad, pero a mi llegada a la tierra de Sandino pude constatar que Laureano, estaba en lo cierto.

Quedé **sorprendido** de los valores arquitectónicos y de la autenticidad y cordialidad de su gente. Quedé **convencido** de que se respira y se percibe un ambiente de seguridad y tranquilidad ciudadana. Quedé **fascinado** de sus playas, su cultura y de su naturaleza en general. Quedé **impresionado** del personal que presta servicios gastronómicos y turísticos, de su profesionalidad y de cómo están orientados al cliente.

En la última semana de mayo del presente 2014 obtuve las estadísticas del turismo nica del pasado 2013 y me propuse analizarlas y compararlas con el 2012 para con la misma pasión por lo que admiro, también aportar mi modesta apreciación sobre el tema.



Parque Salvador Allende. Lago Managua

El crecimiento del turismo que pernoctó y su estadía fueron cifras discretas, pero viéndolas con optimismo 49 829 turistas más visitaron el destino, procedentes de los mercados de Centro y Norte América, seguidos de Europa. El número de visitantes que accedieron a instalaciones del Instituto de Turismo Nica fue superior para un 104%. El inventario de establecimientos turísticos fue mayor con 367 bares y 137 restaurantes más, al igual que la planta hotelera que creció en habitaciones y camas con 628 y 1 383 respectivamente.

No obstante a los datos aportados, los ingresos monetarios derivados del turismo fueron de 417.2 millones de dólares, decreciendo en 5.8 millones con respecto a los pronósticos de cierre y con una variación de 4.3 millones menos que el real del año 2012.

El perfil del turista que visitó Nicaragua muestra que el 64.1% fueron adultos, de lo que se infiere que son visitantes con mayor cantidad de dinero que los jóvenes menores de 25 años, que por lo general son estudiantes. Por otra parte la información que motivó a viajar a un 52.6% fue por recomendaciones, por lo que se deduce que recibieron criterios positivos de amigos y familiares.

El motivo de viaje en un 69.1% fue hacer puramente turismo y en un 68.2% las actividades realizadas fueron propiamente de aventura y naturaleza. El 58.7 % utilizó hoteles con una estadía promedio de 7.8 días y un 20.6% visitó ciudades coloniales. En la clasificación de los gastos un 34.2% los destinó para el alojamiento y un 29.8% en servicio de bares y restaurantes.

¿Entonces qué paso? ¿Porqué los pronósticos deseados no se alcanzaron?

Lógicamente Nicaragua no puede escapar de la crisis mundial que obliga a que el turista planifique mejor su dinero, pero si considero que en alguna medida incidieron factores que aunque no son del todo determinantes hay que ponerlos debajo de la lupa.



- ✓ Considero que hay que promocionar y comercializar aun más el destino, pues la información que motivó a viajar a un 0.4% de los visitantes fue por Agencias de Viajes y solo un 0.8% organizó su viaje por medio de éstas.
- ✓ Pienso que las agencias de viajes deben diseñar un mayor número de excursiones, circuitos y opcionales para que el turismo pueda conocer los atractivos de esta tierra bendecida por su gente, su naturaleza, sus costumbres, tradiciones culturales y por muchas otras tantas cosas. Hay que tener claro que el turista no solo demanda alojamiento y buena comida, compra sensaciones, experiencias y recuerdos.
- ✓ Soy del criterio que hay que diversificar las ofertas gastronómicas y hay que lograr una segmentación del cliente en este sentido, dada sus costumbres y hábitos alimentarios. Por otra parte los negocios de bebidas y alimentos deben utilizar con mayor énfasis Internet como una herramienta para su promoción y estar de cara al turismo.
- ✓ Se observa un incremento en el turismo de negocio que hay que tratar de identificarlo o buscar fórmulas que en alguna medida le faciliten mayor cantidad de información turística durante la exploración que realizan. Asimismo otras categorías de turistas viajaron al destino sin ninguna referencia que les ilustrara algo o que los motivara y sin embargo este indicador también tuvo su crecimiento, lo que evidencia los intereses del conocimiento pleno de las potencialidades existentes para el desarrollo de otras modalidades.
- ✓ Sugiero que deben realizarse acciones medibles y alcanzables que conlleven a consolidar el mercado norteamericano por su poder adquisitivo y mejor conexión aérea con el destino. En este sentido se debe apostar también por ofrecer paquetes multidesestino.
- ✓ Creo que hay que desarrollar el turismo de evento y preparar una infraestructura que garantice su realización exitosa. Como evento el Surfing ya de por sí es todo un acontecimiento deportivo que requiere ponerle especial atención por ser una actividad que realizó el 25.2% de los visitantes que hicieron turismo.
- ✓ Aconsejo a las personas naturales y jurídicas que se dediquen o inviertan directamente en servicios y actividades del turismo, un mayor uso de las bondades que ofrece la ley de incentivos para la industria turística, pues esta herramienta

constituye un abanico de posibilidades y es evidente que los reglamentos de la misma establecen procesos sencillos, racionales y rápidos para la creación de productos turísticos que estimulen el crecimiento económico de otros sectores con plena seguridad y con las debidas garantías.

- ✓ Propongo que se tenga en cuenta para etapas futuras la realización de diseños de productos conceptualizados con ideas claras y bien definidas sobre otras líneas de negocio como es el Cabaret. Este tipo de instalación turística como espacio para el disfrute de espectáculos, abarca todas las manifestaciones de las artes escénicas y es el lugar propicio para que el turista pueda apreciar mediante la danza folklórica, la música típica, el humor y otras variedades, las tradiciones nicaragüenses y su cultura en general. Todo esto complementado con un buen servicio de restaurante, una variada coctelería de un bar de excelencia y un armonizado programa de animación nocturna para el disfrute del baile, hacen del Cabaret todo un producto turístico bien concebido.

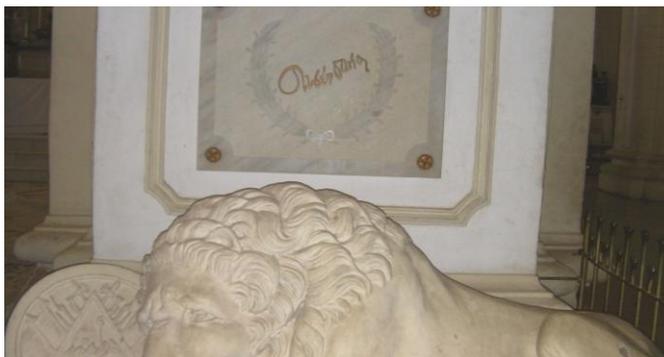


**FERIA ARTESANAL DE CATARINA**

Por último quiero expresar que mi intención no ha sido el cuestionamiento ni la polémica, simplemente he querido transmitir mi modesto criterio y mi confianza en que todo continuará revirtiéndose de forma positiva y gradual.

Ahora bien, si quiero dejar claro que todo no puede descansar en el serio y responsable trabajo que desarrolla Pro Nicaragua y sus oficinas de relaciones publicas en el extranjero. En el 2013 del total de nicaragüenses que salieron al exterior 127 873 visitaron los mercados de Norte América y Europa, significa que esos y todos tienen que ser promotores de las potencialidades del turismo nica.

Se acerca septiembre y es probable que visite Nicaragua nuevamente. En el 2013 rendí tributo a Rubén Darío en la Catedral de León, pero quedé debiendo la visita a Leonel Rugama.



Dios permita que pueda continuar apreciando las potencialidades de

este país, no solo en el turismo sino de manera integral. Siento orgullo por su gente y por esa tierra que ya es mi segunda patria.

\*Con 15 años de trabajo en el sistema de turismo de Cuba y graduado de Diplomado en Gerencia Turística, ha ocupado diferentes cargos de directivo en los Grupos “Hoteles ISLAZUL” y “Extrahotelero PALMARES”. Ha recibido postgrados y otros cursos de diferentes instituciones y de la Escuela de Hotelería y Turismo de Holguín perteneciente al Sistema de Formación Profesional para el Turismo (FORMATUR), desde donde por su condición de entrenador ha capacitado a personal subordinado. Ha impartido conferencias sobre restauración y bares, colaborando en actividades propias de la especialidad y ha trabajado en el asesoramiento de diseños de productos y otras líneas de negocio.