

32. Instituto Nicaragüense de Turismo

32.1 Misión

Promover el desarrollo sostenible del sector turístico nicaragüense, fortaleciendo las potencialidades de Nicaragua como destino turístico, gestionando eficiente y eficazmente políticas, estrategias, programas y proyectos, en complementariedad y responsabilidad compartida, a fin de contribuir a la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida de las y los nicaragüenses.

32.2 Situación del Sector

El turismo mundial registró su peor año en 2020, con una caída de las llegadas internacionales del 74%. Los destinos de todo el mundo recibieron en 2020 mil millones de llegadas internacionales menos que el año anterior, debido al desplome de la demanda y a las restricciones generalizadas de los viajes por la pandemia del coronavirus, la cual podría causar una pérdida de más de 4 billones de dólares en el PIB global durante los años 2020 y 2021, según informe de la UNCTAD y OMT publicado el 30 de junio 2021.

Los expertos no esperan volver a los niveles de afluencia turística internacionales previos a la pandemia hasta 2023 o incluso después, los principales obstáculos son las restricciones a los viajes, la lentitud en la contención del virus, la poca confianza de las personas para viajar y un entorno económico deficiente.

Se espera que el sector turístico se recupere más rápidamente en los países con altas tasas de vacunación, como Francia, Alemania, Suiza, Reino Unido y Estados Unidos. El avance mundial de la vacunación y la adopción de un número creciente de soluciones digitales para viajar de forma segura deberían redundar en un aumento de la movilidad internacional.

En 2020 Nicaragua recibió la llegada de 383,979 turistas, con una variación de -70.4% respecto al año anterior. De enero a julio 2021 han ingresado 105,299 turistas al país, lo que representa un -69.7% de variación respecto al mismo periodo de 2020.

Mediante diagnóstico del sector turístico nacional y de la institución misma, logramos identificar las siguientes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Fortalezas

- Diversificación de recursos naturales y culturales.
- Facilidad de conectividad terrestre por mejoras en la red vial a nivel nacional, que permite un fácil y rápido desplazamiento hacia los destinos turísticos.
- Mayores espacios de recreación e infraestructura turística pública a nivel nacional, gracias a la inversión de los gobiernos municipales y nacional.
- Adopción y aplicación de protocolos de bioseguridad para afrontar la crisis sanitaria por pandemia Covid 19 por parte de los prestadores de servicios turísticos y avance del proceso de vacunación de la población.
- Cobertura de las actividades por medios de comunicación nacionales, facilita la promoción de nuestros atractivos.

- Publicidad de los atractivos turísticos de nuestro país en medios internacionales, revistas, periódicos, entre otros medios.
- Buena articulación interinstitucional con las diversas instituciones del estado, gobierno locales y protagonistas del sector turístico mediante el modelo de diálogo, alianza y consenso.

Oportunidades

- Avances en el marco del Programa de Modernización de Puestos Fronterizos y agilización en trámites migratorios que favorecen la entrada de los turistas al país.
- El turismo nacional ha respondido a la estrategia y política de fomento implementado desde el año 2020 para la subsistencia de las MIPYMES turísticas.
- La simplificación y digitalización de trámites para los turistas que nos visitan y los protagonistas que están invirtiendo en el sector turismo.
- Crecimiento del turismo de aventura y turismo rural comunitario.
- Viajes de corta distancia entre la diversidad de atractivos turísticos que ofrece el país a los turistas nacionales y regionales.
- El contexto de pandemia, genera un nuevo enfoque para atender la demanda turística no masiva, generando procesos de formulación y articulación de los actores vinculados al turismo.
- Las nuevas modalidades virtuales para reuniones, garantizan mayor fluidez en las comunicaciones con el nivel territorial, optimizando el uso de los recursos y generando ahorros a la institución.

Debilidades

- Falta de herramientas tecnológicas necesarias para desarrollar el trabajo de promoción y divulgación.
- Escaso material promocional en otros idiomas (alemán e inglés), para distribución en actividades internacionales como ferias, presentaciones de destino y visitas uno a uno.
- Concentración de la oferta y la demanda turística, principalmente en el Pacífico sur del país.
- Falta de instrumentos para medir el turismo nacional de manera sistemática.

Amenazas

- Pandemia Covid 19, afecta libre movilización de turistas a nivel internacional, en algunos casos con restricciones de viaje por cierre de fronteras, confinamiento, suspensión de operaciones de líneas aéreas.
- La percepción del viaje como un riesgo por parte de los turistas.

- Bajos niveles de demanda al reiniciar el turismo, debido a las restricciones que han aplicado los gobiernos en el mundo y los mayores costos del viaje asociados a la pandemia.
- Entorno económico: recesión mundial, aumento del desempleo y puestos de trabajo en riesgo, cierre de negocios principalmente Pymes.
- Afectación en la disponibilidad presupuestaria para la realización de actividades institucionales, como consecuencia de la pandemia del COVID-19, que ha tenido impacto en las recaudaciones por turismo.
- Disminución de la oferta turística nacional debido a la crisis sanitaria.
- Limitada conectividad aérea con mercados turísticos prioritarios, aunado a la suspensión de operaciones de líneas aéreas por motivo de la pandemia.

32.3 Prioridades Estratégicas

- Posicionar a Nicaragua como un destino seguro, sostenible, diverso, auténtico y original a nivel nacional e internacional.
- Promover el turismo creativo y cultural a través de la oferta de experiencias reales en los destinos turísticos; contribuyendo a generar oportunidades para la comunidad local a partir de su identidad y mediante la configuración de destinos creativos, territorios o polos turísticos con identidad cultural.
- Fomentar la inversión nacional y extranjera, para desarrollar la infraestructura turística, y aumentar así la competitividad.
- Impulsar la formación y capacitación de los protagonistas de la actividad turística, a nivel técnico y profesional, como mecanismo para mejorar el servicio y la atención que brindamos a nuestros turistas y visitantes.
- Asistir a las empresas turísticas en la implementación de procesos de gestión y certificación de la calidad a fin de brindar un mejor servicio y atención a los visitantes.
- Apoyar las alianzas y articulación empresarial mediante el encadenamiento de la oferta y actividad turística creativa y cultural con los pequeños negocios y emprendimientos productivos.
- Fortalecer nuestro Modelo de Diálogo, Alianza y Consenso en presencia, atención y comunicación directa con el sector público-Privado y las comunidades para la gestión conjunta de los destinos y el desarrollo de la industria turística nacional.

INDICADORES DE RESULTADO INSTITUCIONAL

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Indicadores de Resultado (Desempeño)								
Empleos generados por las nuevas Empresas Turísticas que abren por primera vez		Unidad	3,768.0	4,000.0	4,180.0	4,389.0	4,608.0	4,839.0
Empresas Turísticas que suben de categoría		Empresa	112.0	300.0	320.0	336.0	353.0	370.0
Empresas Turísticas que Obtienen el Distintivo de Calidad		Protagonista	92.0	148.0	290.0	305.0	320.0	336.0
Nuevas habitaciones habilitadas por las empresas Turísticas		Habitación	766.0	580.0	845.0	887.0	932.0	978.0
Turistas que visitan el País		Persona	383,979.0	240,855.0	385,368.0	693,662.0	1,248,592.0	1,748,029.0
Personas que visitan los Centros Turísticos administrados por INTUR		Persona	1,661,544.0	2,000,000.0	2,100,000.0	2,205,000.0	2,315,250.0	2,431,013.0
Ingresos generados al país por Turismo		Millones de Dólares	198.5	157.5	181.1	226.4	294.3	397.3

32.4 Acciones a Desarrollar por Programas Institucionales

PROGRAMA 001 : APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL

Continuará apoyando de forma transversal a la entidad, en la consecución de sus esfuerzos por desarrollar, mejorar y diversificar la oferta y demanda turística de Nicaragua, en aras de reducir la pobreza.

PROGRAMA 012 : PLANEAMIENTO Y DESARROLLO

Proseguirá elaborando e implementando planes de desarrollo turístico, planes de acción en los territorios y mapas de productos turísticos, así como la elaboración de propuestas de productos turísticos, en conjunto con los protagonistas locales para la puesta en valor de nuestros atractivos.

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Propuestas de Productos Turísticos desarrolladas		Propuesta	9.0	6.0	17.0	11.0	12.0	13.0
Planes de Desarrollo Turísticos elaborados o actualizados		Plan	17.0	8.0	7.0	13.0	13.0	12.0
Mapas de Productos Turísticos elaborados		Mapa	46.0	47.0	49.0	25.0	25.0	20.0
Rutas y Corredores Turísticos elaborados		Unidad		2.0	6.0	4.0	5.0	6.0
Planes de Acción Turísticas Munic. y/o Depart. elaborados e Implementados		Plan	1.0	3.0	4.0	5.0	5.0	6.0

PROGRAMA 013 : PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL

Promoverá y desarrollará campañas mediáticas de promoción turística, eventos de animación turística que realcen nuestra cultura y tradiciones locales; continuará apoyando la realización de actividades de fe y religiosidad a nivel nacional sobre la base de nuestra identidad y autenticidad nacional. También realizará acciones de mercadeo y publicidad a nivel internacional, así como recursos para incentivar la llegada de turistas, incentivando al sector que aún está deprimido por la pandemia.

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Reportajes Escritos y Capsulas Audiovisuales Publicadas		Publicación	240.0	205.0	240.0	250.0	250.0	255.0
Planes y Giras de Medios Elaborados		Reporte	13.0	15.0	12.0	12.0	12.0	12.0
Actividades Turísticas Relevantes con Publicaciones Digitales		Actividad	48.0	35.0	59.0	61.0	63.0	65.0
Viajes de prensa, producción audiovisual y viajes de familiarización realizados		Viaje de prensa	9.0	8.0	40.0	42.0	44.0	46.0
Atenciones en OAIP y CEDOC Registradas		Atención	751.0	450.0	400.0	410.0	400.0	410.0
Eventos de animación Turística realizados		Actividad	374.0	419.0	500.0	510.0	520.0	531.0
Notas de Prensa y Reportajes de Audiovisuales Divulgados		Reporte	268.0	205.0	200.0	210.0	215.0	220.0
Cruceros que llegan al País		Unidad	21.0	7.0	24.0	26.0	28.0	30.0
Campañas mediáticas de promoción turística realizadas		Campaña	12.0	12.0	12.0	12.0	12.0	12.0
Otros Indicadores								
Acciones de mercadeo y publicidad a nivel internacional		Acción	155.0	65.0	70.0	72.0	74.0	76.0

PROGRAMA 014 : PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

Continuará promoviendo la inversión turística, mediante el otorgamiento de beneficios e incentivos turísticos que contempla la Ley 306 para el desarrollo del sector; se actualizará la cartera de proyectos INTUR, mediante la identificación y elaboración de perfiles de proyectos turísticos de conformidad a las prioridades estratégicas institucionales; formulará y ejecutará proyectos de infraestructura para mejorar las condiciones en Centros Turísticos, además de la realización de obras de mantenimiento a los mismos a fin de restituir el derecho a la sana recreación y esparcimiento en condiciones dignas.

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Planes Maestros desarrollado para los Centros Turísticos		Plan			2.0	2.0	1.0	1.0
Proyectos de Infraestructuras Formulados		Plan	11.0	16.0	8.0	10.0	12.0	14.0
Obras de Mantenimientos en Centros Turísticos Publicos		Obra	3.0	8.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Proyectos de Infraestructura Turística pública ejecutados		Proyecto					1.0	2.0
Perfiles de proyectos turísticos elaborados.		Perfil	10.0	6.0	8.0	8.0	10.0	10.0

PROGRAMA 015 : CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

Continuará apoyando a los oferentes de productos y servicios turísticos, a elevar la calidad de los servicios que ofrecen, sobre todo los pequeños y medianos negocios turísticos, promoviendo el desarrollo del talento humano mediante capacitación a protagonistas del sector y acompañamiento para la implementación de planes de mejora en sus negocios, con el fin de mejorar, ampliar o diversificar su oferta turística.

Promoverá el enlazamiento de sus actividades productivas y la asociatividad, mediante la realización de intercambios de experiencias y exposición de casos exitosos, desarrollo de ruedas de negocio y apoyo para la elaboración de sus planes de inversión.

PRODUCTO	FÓRMULA DE CÁLCULO	UNIDAD DE MEDIDA	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Indicadores de Producto (Seguimiento)								
Empresas turísticas autorizadas por el INTUR		Empresa	5,581.0	5,873.0	6,500.0	6,825.0	7,166.0	7,525.0
Intercambios y Exposiciones de Casos Exitosos Realizados		Actividad		2.0	3.0	4.0	5.0	6.0
Ruedas de Negocios Realizadas		Evento	6.0	10.0	12.0	14.0	15.0	16.0
Empresas Turísticas abren negocio por primera vez		Empresa	807.0	950.0	1,060.0	1,113.0	1,169.0	1,227.0
Empresas Turísticas asistidas en elaboración de Planes de Mejora		Plan	6,374.0	7,684.0	9,402.0	9,872.0	10,366.0	10,884.0
Otros Indicadores								
Códigos de conducta suscritos entre empresas turísticas autorizadas e INTUR		Código	5,581.0	5,873.0	6,500.0	6,825.0	7,166.0	7,525.0
Protagonistas de pequeños y medianos negocios turísticos capacitados		Persona	11,152.0	11,100.0	12,230.0	12,500.0	12,700.0	12,900.0

PROYECCIÓN DE EGRESOS POR PROGRAMA Y SUBPROGRAMA (Miles de Córdoba)

PROGRAMA / SUBPROGRAMA	EJECUCIÓN	PROYECCIÓN	ASIGNACIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL	149,138	163,497	188,568	195,634	202,988	213,139
PLANEAMIENTO Y DESARROLLO	6,348	6,800	7,179	7,526	7,891	8,286
PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL	57,688	103,800	84,946	87,859	90,878	95,422
PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN	30,727	36,204	36,808	38,023	39,273	41,236
CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	8,779	9,422	8,732	9,012	9,300	9,764
TOTAL	252,680	319,723	326,233	338,054	350,330	367,847

PROYECCIÓN POR PROGRAMA, TIPO Y GRUPO DE GASTO
(Miles de Córdoba)

PROGRAMA / SUBPROGRAMA	EJECUCIÓN	PROYECCIÓN	ASIGNACIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL	149,138	163,497	188,568	195,634	202,988	213,139
GASTO CORRIENTE	147,672	159,410	183,568	190,484	197,684	207,570
SERVICIOS PERSONALES	106,273	118,850	133,386	138,582	143,993	151,194
SERVICIOS NO PERSONALES	26,136	29,449	32,266	33,383	34,540	36,268
MATERIALES Y SUMINISTROS	7,153	7,651	7,729	8,026	8,343	8,760
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	2,813	3,460	4,787	4,931	5,079	5,333
INTERESES POR PRÉSTAMOS INTERNOS A LARGO PLAZO	5,297	-	5,400	5,562	5,729	6,015
GASTO DE CAPITAL	1,466	4,087	5,000	5,150	5,304	5,569
PLANEAMIENTO Y DESARROLLO	6,348	6,800	7,179	7,526	7,891	8,286
GASTO CORRIENTE	6,348	6,800	7,179	7,526	7,891	8,286
SERVICIOS PERSONALES	6,214	6,273	6,643	6,975	7,324	7,690
SERVICIOS NO PERSONALES	112	317	312	320	329	346
MATERIALES Y SUMINISTROS	22	210	224	231	238	250
PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL	57,688	103,800	84,946	87,859	90,878	95,422
GASTO CORRIENTE	57,688	103,305	84,946	87,859	90,878	95,422
SERVICIOS PERSONALES	11,242	11,675	12,162	12,769	13,407	14,076
SERVICIOS NO PERSONALES	31,968	74,813	57,450	59,278	61,164	64,223
MATERIALES Y SUMINISTROS	1,633	3,868	4,355	4,486	4,620	4,851
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	12,845	12,949	10,979	11,326	11,687	12,272
GASTO DE CAPITAL	-	495	-	-	-	-
PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN	30,727	36,204	36,808	38,023	39,273	41,236
GASTO CORRIENTE	30,727	36,204	36,808	38,023	39,273	41,236
SERVICIOS PERSONALES	20,073	24,165	24,197	25,003	25,838	27,130
SERVICIOS NO PERSONALES	7,141	8,602	8,696	8,980	9,274	9,737
MATERIALES Y SUMINISTROS	3,513	3,437	3,915	4,040	4,161	4,369
CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	8,779	9,422	8,732	9,012	9,300	9,764
GASTO CORRIENTE	8,779	9,422	8,732	9,012	9,300	9,764
SERVICIOS PERSONALES	7,925	7,990	7,658	7,905	8,160	8,567
SERVICIOS NO PERSONALES	335	725	320	330	340	357
MATERIALES Y SUMINISTROS	519	707	754	777	800	840
TOTAL	252,680	319,723	326,233	338,054	350,330	367,847
GASTO CORRIENTE	251,214	315,141	321,233	332,904	345,026	362,278
SERVICIOS PERSONALES	151,727	168,953	184,046	191,234	198,722	208,657
SERVICIOS NO PERSONALES	65,692	113,906	99,044	102,291	105,647	110,931
MATERIALES Y SUMINISTROS	12,840	15,873	16,977	17,560	18,162	19,070
TRANSFERENCIAS, SUBSIDIOS Y DONACIONES CORRIENTES	15,658	16,409	15,766	16,257	16,766	17,605
INTERESES POR PRÉSTAMOS INTERNOS A LARGO PLAZO	5,297	-	5,400	5,562	5,729	6,015
GASTO DE CAPITAL	1,466	4,582	5,000	5,150	5,304	5,569

PROYECCIÓN POR PROGRAMA Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO
(Miles de Córdoba)

PROGRAMA / FUENTE	EJECUCIÓN	PROYECCIÓN	ASIGNACIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN	PROYECCIÓN
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
APOYO A LA GESTION INSTITUCIONAL	149,138	163,497	188,568	195,634	202,988	213,139
Rentas del Tesoro	64,125	65,993	70,743	74,282	77,995	81,896
Recursos Propios	85,013	97,504	117,825	121,352	124,993	131,243
PLANEAMIENTO Y DESARROLLO	6,348	6,800	7,179	7,526	7,891	8,286
Rentas del Tesoro	6,214	6,273	6,643	6,975	7,324	7,690
Recursos Propios	134	527	536	551	567	596
PROMOCIÓN Y MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL	57,688	103,800	84,946	87,859	90,878	95,422
Rentas del Tesoro	20,569	17,458	18,265	19,177	20,136	21,143
Recursos Propios	37,119	86,342	66,681	68,682	70,742	74,279
PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN	30,727	36,204	36,808	38,023	39,273	41,236
Rentas del Tesoro	4,737	4,934	5,194	5,453	5,726	6,012
Recursos Propios	25,990	31,270	31,614	32,570	33,547	35,224
CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	8,779	9,422	8,732	9,012	9,300	9,764
Rentas del Tesoro	620	509	832	874	918	963
Recursos Propios	8,159	8,913	7,900	8,138	8,382	8,801
TOTAL	252,680	319,723	326,233	338,054	350,330	367,847
Rentas del Tesoro	96,265	95,167	101,677	106,761	112,099	117,704
Recursos Propios	156,415	224,556	224,556	231,293	238,231	250,143