



EMBAJADA
DE ESPAÑA
EN NICARAGUA



aecid
OFICINA TÉCNICA
DE COOPERACIÓN

ARAUCARIA XXI

PROGRAMA DE LA COOPERACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CONSERVACIÓN
DE LA BIODIVERSIDAD Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN
IBEROAMÉRICA

Proyecto ARAUCARIA – Río San Juan Nicaragua

Sistema de Indicadores Turísticos

*Localidad de El Castillo
2003 a 2009*

CREDITOS:

El Sistema de Indicadores Turísticos del Proyecto ARAUCARIA – Río San Juan ha sido posible gracias al levantamiento de información realizado por los propios operadores turísticos (hoteles y guías), por la administración de la Fortaleza Inmaculada Concepción y por las oficinas de información localizadas en cada uno de los destinos analizados (El Castillo y Solentiname)

Miguel Torres Jerez, Margarita Luna Villalobos, Sheyla Obregón y Christopher Marling se encargaron de conceptualizar el sistema, organizar y coordinar la metodología para la recogida de los datos, realizar el tratamiento estadístico de los mismos y editar el presente informe.

Índice

Introducción y metodología	4
1. Cuadro resumen de los principales indicadores en el período 2003 a 2009	6
2. Visitación turística en el año 2009 y comparativo con años anteriores	7
2.1. Visitación turística y pernóctación durante el año 2009	7
2.2. Visitación turística a lo largo del año 2009 y comparativo con años anteriores	7
2.3. Tendencia histórica en la visitación turística	9
2.4. Estacionalidad de la visitación turística 2003 - 2009	10
2.5. Crecimiento interanual del turismo interno y externo	11
3. Caracterización del turista visitante	12
3.1. Nacionalidad	12
3.2. Edad	13
3.3. Medio de transporte utilizado para llegar a Río San Juan	13
3.4. Medio de información para llegar a Río San Juan	14
3.5. Motivo por el cual viaja a Río San Juan	14
3.6. Perfil económico del visitante. Ingreso mensual	15
3.7. Compañía durante el viaje a Río San Juan	15
3.8. Inclusión de visita al Archipiélago de Solentiname en el viaje por Río San Juan	16
4. Servicios y ocio	17
4.1. Disponibilidad de servicios turísticos y comparación entre años	17
4.2. Descripción de nuevas alternativas de ocio por año	17
4.3. Visitación a la Fortaleza Inmaculada Concepción de María	18
4.3.1. Visitación mensual y consolidada por año	18
4.3.2. Visitación turística en la Fortaleza a lo largo del año 2009 y comparativo por años	18
4.3.3. Ingreso en concepto de visitación a la Fortaleza a lo largo de los años	20
4.3.4. Tendencia histórica y previsión en la visitación turística de la Fortaleza	20
4.4. Contratación de Tours a través del Grupo de Guías	21
4.4.1. Número de tours realizados a lo largo de los años	21

4.4.2 Evolución de la contratación de tours entre los años 2003 a 2009	22
4.4.3 Ingreso en concepto de tours a lo largo de los años	23
4.4.4 Tendencias históricas en la contratación de tours	23
5. Satisfacción del turista hacia los servicios recibidos	24
5.1. Valoración de la calidad de los hoteles de El Castillo por parte de los turistas	24
5.2. Valoración de la calidad de los restaurantes de El Castillo por parte de los turistas	25
5.3. Valoración de la calidad de los guías turísticos de El Castillo y de los tours por parte de los turistas	26
6. Aspectos económicos del sector	27
6.1. Volumen de negocios turísticos a diciembre de cada año en El Castillo	27
6.2. Generación de empleo estable en El Castillo	27
6.3. Generación de empleo temporal en El Castillo	28
6.4. Generación de empleo total en El Castillo	30
6.5. Tendencia histórica del ingreso del sector turístico en la localidad de El Castillo	31
6.6. Comparativo entre el ingreso en concepto de turismo en la localidad de El Castillo y la inversión realizada por el Proyecto ARAUCARIA – Río San Juan en materia de turismo.	31

Introducción y metodología

El establecimiento de un **Sistema de Indicadores Turísticos** en el marco del Proyecto MARENA / ARAUCARIA – Río San Juan responde a la necesidad de conocer la evolución de este sector económico a lo largo de los años de incidencia del proyecto, pudiendo por tanto evaluar año con año la efectividad de la estrategia de actuación diseñada para lograr su desarrollo.

La formulación del Proyecto ARAUCARIA consideró que el sector turístico podía contribuir significativamente a la generación de rentas y al desarrollo socioeconómico de Río San Juan y Solentiname, gracias a su poderoso efecto dinamizador y multiplicador, ya comprobado en multitud de destinos de recursos y condiciones similares. En este caso se trataba originalmente de un destino emergente, en los primeros estadios de su desarrollo turístico, que requería medidas de desarrollo adaptadas al caso y sostenidas en el tiempo para lograr resultados.

Durante la primera fase del proyecto (2002-2006) se trató de crear las bases suficientes de calidad y diversidad en la oferta de servicios y en la organización y asociatividad de los operadores turísticos, para proceder posteriormente durante la segunda fase (2007–2009) a la conceptualización, diseño y comercialización de productos. El Poblado de El Castillo fue el destino en el que se centro básicamente el esfuerzo del proyecto durante la primera fase, al reconocérsele la mayor potencialidad turística de todo Río San Juan. A medida que se fue avanzando en esta etapa básica, se procedió progresivamente a extender el accionar del proyecto hacia nuevos operadores y nuevos productos turísticos en los territorios de Solentiname y de San Juan de Nicaragua, donde se trabajó con alrededor de 35 emprendedores y negocios locales adicionales.

La estrategia técnica en materia de turismo del Proyecto ARAUCARIA se englobó en el marco conceptual del desarrollo turístico sostenible, con un objetivo inevitable de sostenibilidad que se deriva del propio concepto de cooperación al desarrollo. En este marco de relaciones entre sostenibilidad y turismo, se entiende que el turismo es una estrategia más de desarrollo que presenta algunas ventajas añadidas sobre otras actividades productivas. La principal es que en su versión sostenible, el turismo puede mantener de forma prácticamente ilimitada los recursos que consume: paisaje y territorio, recursos naturales y recursos culturales.

Aparte de esta condición general, ha sido objetivo impulsar las condiciones adecuadas para que las empresas turísticas locales pudieran tener el papel protagonista en el desarrollo turístico de Río San Juan-Solentiname y no fueran únicamente prestatarios de servicios básicos en manos de operadores turísticos externos; lo cual es una situación habitual en destinos ecoturísticos emergentes de características similares. El trabajo en esta línea ha querido contribuir a largo plazo a la sostenibilidad sociocultural, ambiental y económica del desarrollo turístico local, intentando proporcionar el máximo estímulo a la economía endógena, primando los emprendimientos turísticos y hosteleros locales y la capacitación de la mano de obra local.

El Sistema de Indicadores Turísticos del Proyecto ARAUCARIA – Río San Juan ha permitido analizar la evolución del turismo en este destino durante el período 2003 a 2009. En Río San Juan las tendencias de crecimiento del sector han superado incluso las tendencias nacionales. Por ejemplo, la afluencia turística al poblado de El Castillo creció durante este período un 157,3%, con un 12,1% de crecimiento anual promedio hasta el año 2008 y generó en el 2009 casi 325 mil dólares en una localidad que cuenta tan solo con 1.250 habitantes. Esto supone un crecimiento del 744% con respecto a las cifras económicas calculadas del año 2003, con un promedio de crecimiento anual durante todo este período de casi el 40%. Este crecimiento ha tenido importantes repercusiones en relación a la generación de empleo y a la creación de negocios, tal y como se puede observar en el capítulo 6. En definitiva se puede concluir que la actividad turística ha dejado de ser una alternativa económica para Río San Juan y su población, convirtiéndose en un sector emergente de la economía local que ocupa a un número creciente de familias.

El creciente peso en la economía local de un producto turístico basado fundamentalmente en la aventura y en el contacto con la naturaleza ha contribuido también a generar una mayor conciencia local sobre la necesidad de conservar los recursos paisajísticos, ecológicos y culturales que caracterizan a este territorio, así como a propiciar una mayor colaboración ciudadana en las tareas que afectan a la imagen y a los servicios urbanos: tratamiento adecuado de la basura, limpieza de calles, gestión del agua, revalorización de la arquitectura local, por ejemplo. Aunque esta tendencia positiva de actitudes hacia el medioambiente y hacia la revalorización del patrimonio local ha sido del todo notoria, el sistema de indicadores que ahora se presenta no ha logrado valorar este cambio cultural. Queda por tanto pendiente demostrar como iniciativas turísticas como la implementada desde el Proyecto ARAUCARIA contribuyen al cambio de valores y de actitudes entre la población local hacia la conservación y el uso sostenible del patrimonio natural y cultural.

Los datos que se han utilizado en la confección de los indicadores han tenido como fuente de obtención a los propios operadores locales y en concreto los registros de la Oficina de Turismo de El Castillo, los libros de entradas de los hoteles y los registros contables y de visitación de la Fortaleza Inmaculada Concepción. Asimismo los datos de caracterización del visitante y el grado de satisfacción del turista hacia los servicios recibidos fueron obtenidos a través de encuestas realizadas de manera constante y sobre una muestra de entre el 15 y el 20% de la afluencia anual.

El presente documento se refiere únicamente a la evolución del sector turístico en la localidad de El Castillo. Sin embargo, el Componente de Desarrollo Turístico del Proyecto ARAUCARIA – Río San Juan también trabajó en San Juan del Norte, Solentiname y Boca de Sábalos. Las cifras económicas presentadas en el capítulo 6 son por tanto exclusivas para esta localidad, entendiéndose que la contribución a la generación de renta y a la creación de empleo ha sido por tanto mayor a través de todo el eje Río San Juan – Solentiname.

1. Cuadro resumen de los principales indicadores en el período 2003 a 2009

Concepto	Unidad	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Número total de turistas llegados durante el año	Personas	3.106	3.507	3.326	3.248	3.031	2.732	1.974
Incremento respecto al año anterior	Porcentaje	-11,4	5,4	2,4	7,2	10,9	38,4	N/A
Promedio de pernctaciones por turista durante el año	Noches	1,93	1,69	1,78	1,57	1,62	1,20	1,27
Total de pernctaciones realizadas por los turistas durante el año	Noches	6.010	5.812	5.815	5.115	4.907	3.284	2.549
Número de tours realizados por el Grupo de Guías durante el año	Tours	344	289	322	230	189	104	92
Ingresos del Grupo de Guías en concepto de tours	Dólares*	17.463	16.110	15.409	12.041	9.703	6.318	5.801
Número de visitas recibidas en la Fortaleza durante el año	Personas	5.197	4.856	4.106	3.598	3.616	3.144	2.737
Ingreso de la Fortaleza en concepto de visitas	Dólares*	8.057,8	7.319	6.236,3	4.593,7	4.549,8	3.440,9	2.378,8
Gasto promedio declarado por turista en Río San Juan	Dólares*/día	53,8	43,2	39,4	32	26,4	19,1	17,3
Estimación de generación de divisas en concepto de turismo durante el año	Dólares*	322.514	255.820	233.040	166.346	129.734	62.552	43.321
Porcentaje de turistas que visitan El Castillo a través de tour-operador.	Porcentaje	13	12	10	6,8	N/A	N/A	N/A
Empleos directos generados por el turismo declarados a diciembre de cada año	Personas	138	135	115	106	93	78	51
Número de negocios turísticos en funcionamiento a diciembre de cada año (hoteles, restaurantes, guías, transportistas y otros servicios)	Negocios	65	58	60	58	49	43	39

* Utiliza como tipo de cambio promedio Córdoba / Dólar el correspondiente al oficial del Banco Central de Nicaragua a 30 de junio de cada año.

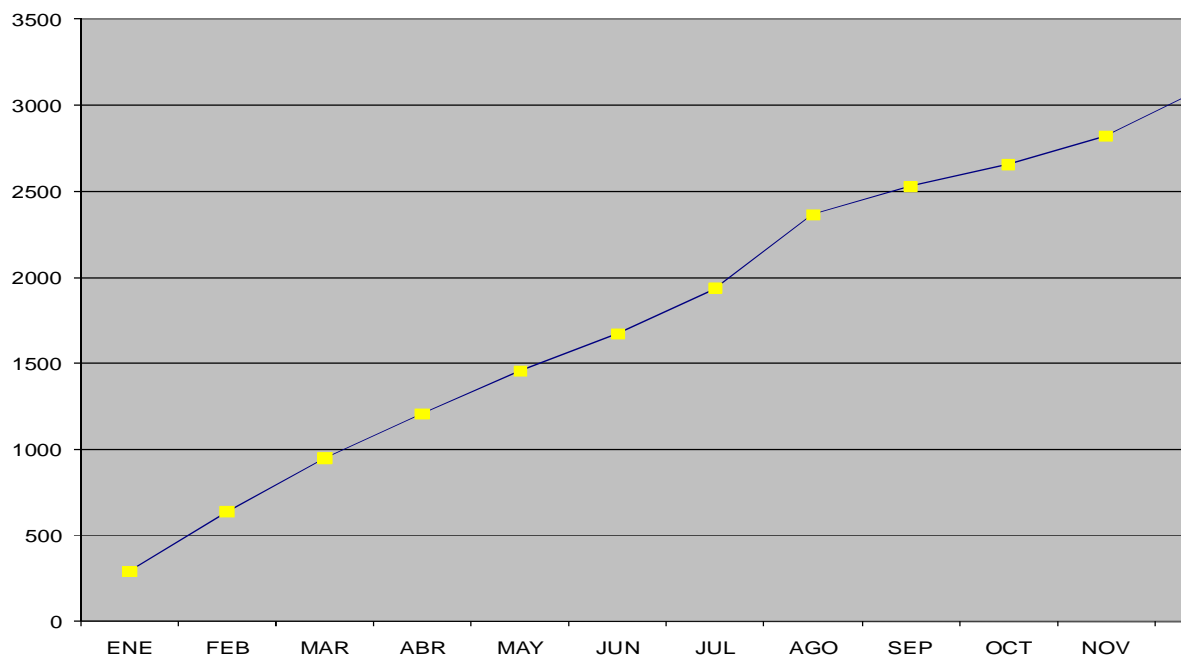
2. Visitación turística en el año 2009 y comparativo con años anteriores

2.1. Visitación turística y pernoctación durante el año 2009

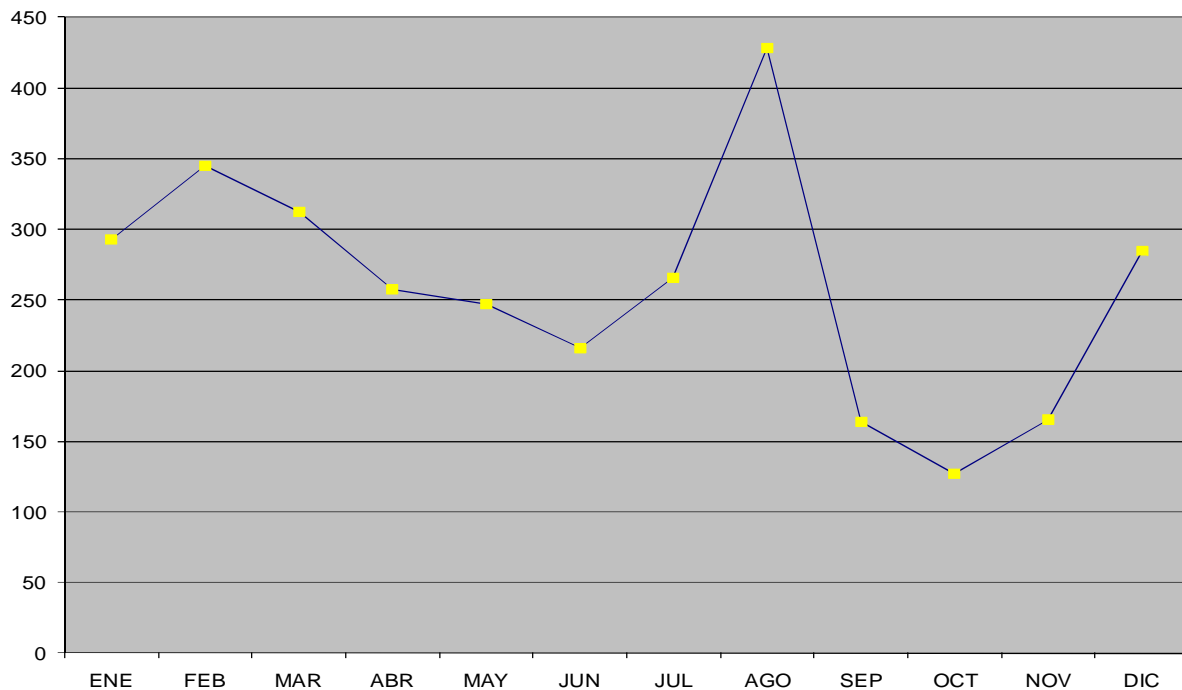
Mes	Hombres	Mujeres	Total	Pernoctaciones totales	Promedio pernoctaciones / turista
Enero	155	138	293	520	1,77
Febrero	129	216	345	659	1,91
Marzo	200	112	312	545	1,75
Abril	95	163	258	541	2,1
Mayo	110	137	247	461	1,87
Junio	75	141	216	476	2,2
Julio	194	72	266	477	1,79
Agosto	199	229	428	754	1,76
Septiembre	88	76	164	380	2,32
Octubre	85	42	127	308	2,42
Noviembre	109	56	165	305	1,84
Diciembre	152	133	285	584	2,05
TOTAL	1.538	1.788	3.106	6.010	1,93

2.2. Visitación turística a lo largo del año 2009 y comparativo con años anteriores

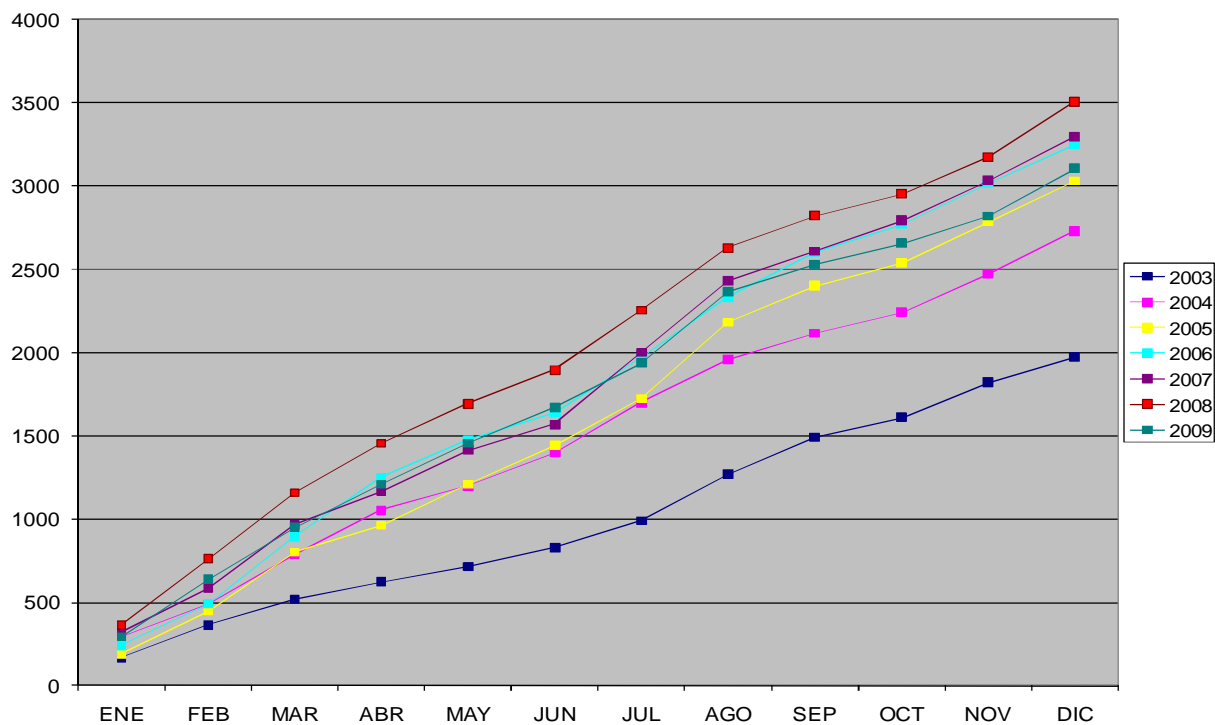
Incremento del número de visitantes a lo largo de los meses del año 2009



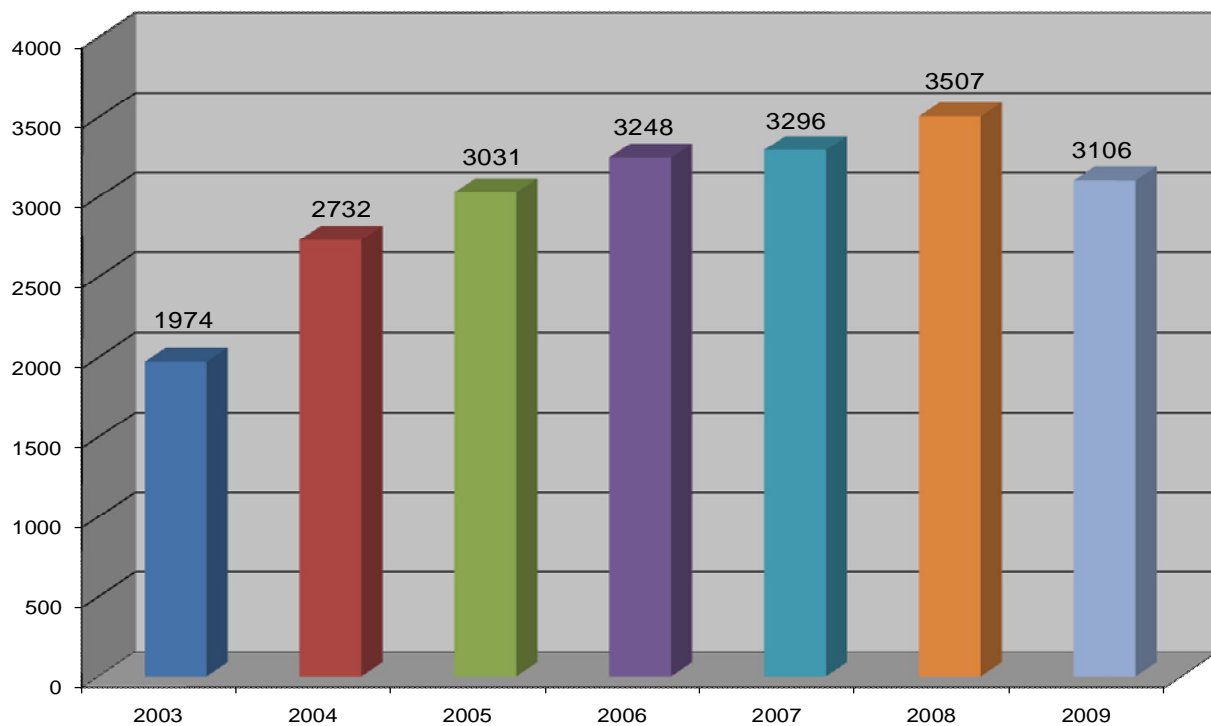
Número de visitantes mensuales durante el año 2009



Incremento del número de visitantes a lo largo de los meses. Años 2003 a 2009

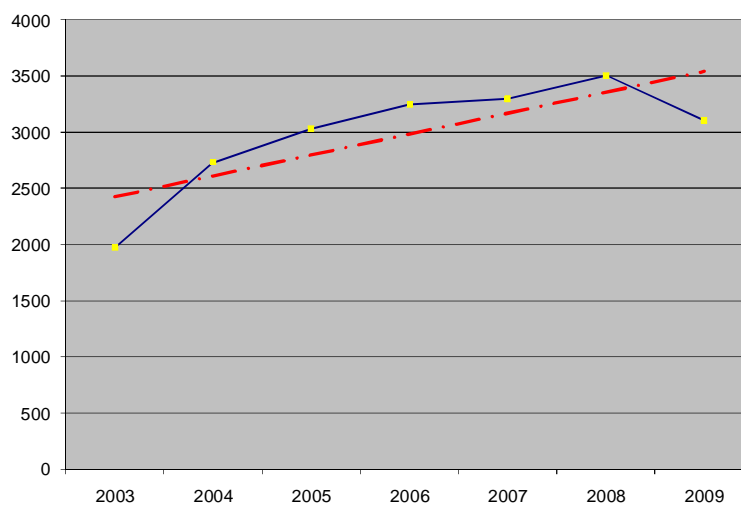


Comparativo de visitación entre 2003 y 2009 (número de personas)



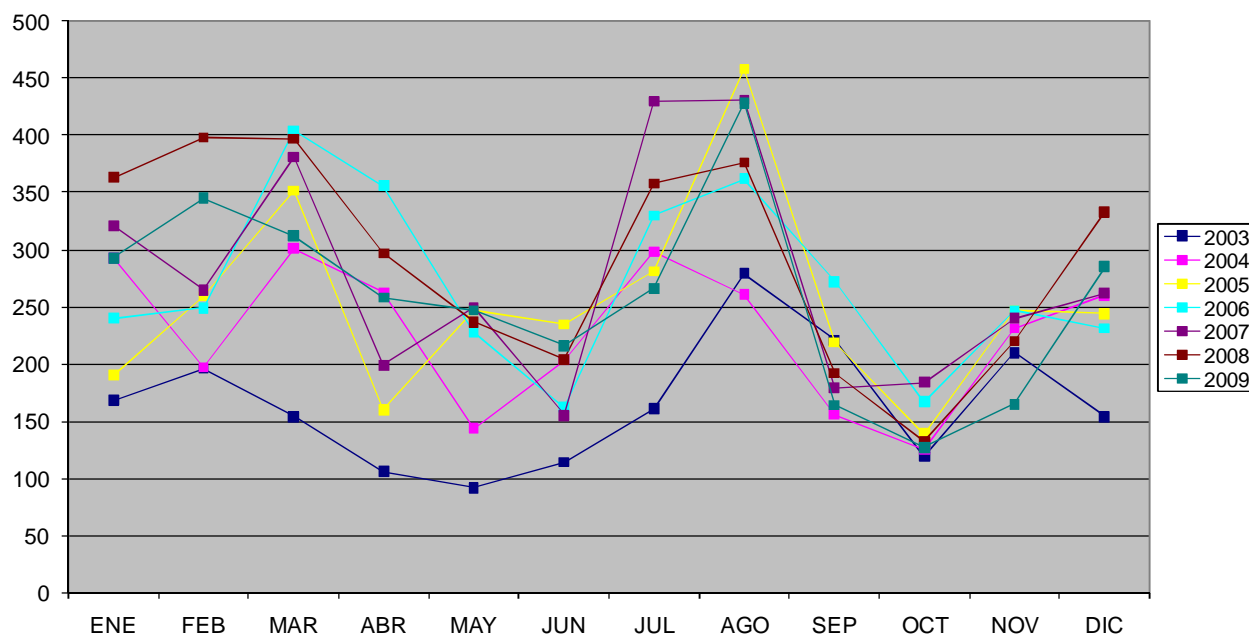
2.3. Tendencia histórica en la visitación turística

Año	Visitantes	Variación interanual (%)
2003	1.974	
2004	2.732	38,4
2005	3.031	10,9
2006	3.248	7,2
2007	3.326	2,4
2008	3.507	5,4
2009	3.106	-11,4
Promedio	2.989	
TOTAL	20.924	

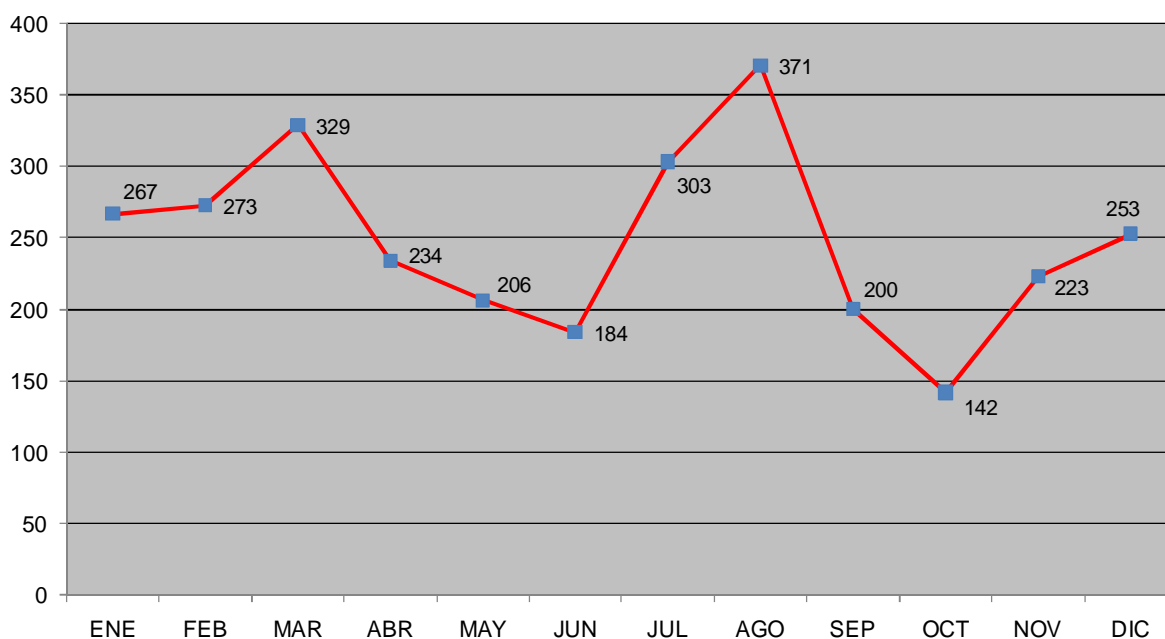


2.4. Estacionalidad de la visitación turística 2003 – 2009

Resultados anuales 2003 – 2009 (Número de personas al mes)



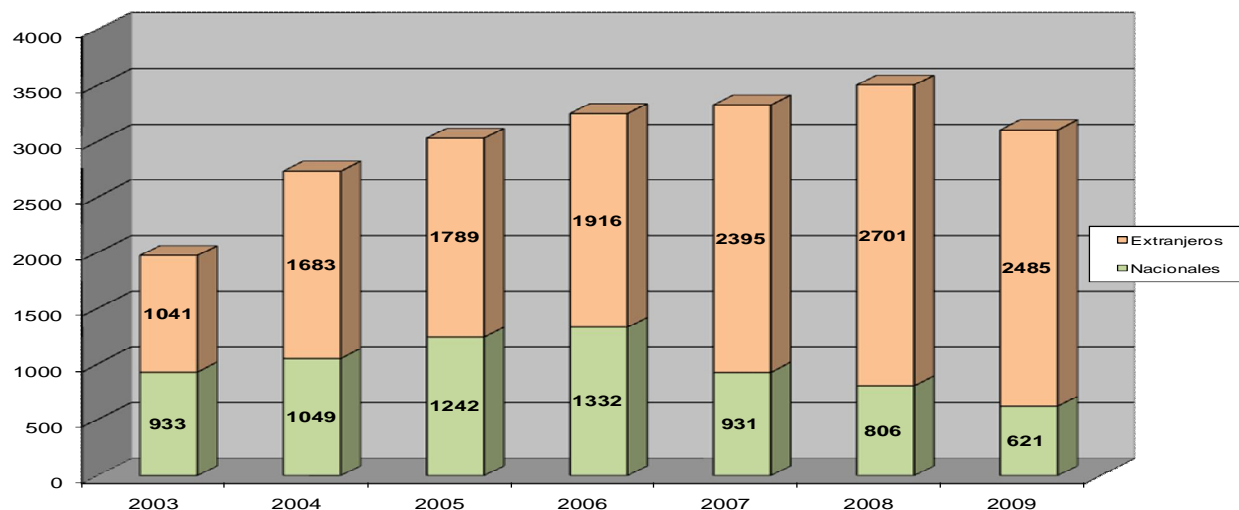
Estacionalidad promedio entre los años 2003 a 2009 (Número de personas al mes)



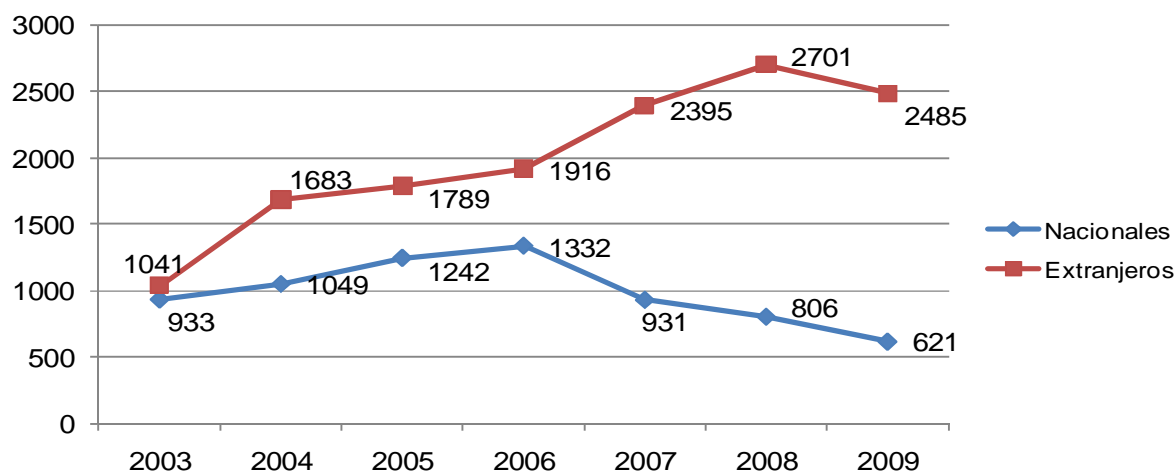
2.5. Crecimiento interanual del turismo interno y externo

Año	Visitantes totales	Visitantes Nacionales	Porcentaje Nacionales
2003	1.974	933	47,3%
2004	2.732	1.049	38,3%
2005	3.031	1.242	27,9%
2006	3.248	1.332	41%
2007	3.326	931	27,9%
2008	3.507	806	23%
2009	3.106	621	19,9%
TOTAL	20.924	6.914	32,2%

Comparativo de visitación nacional y extranjera entre años (Número de personas)



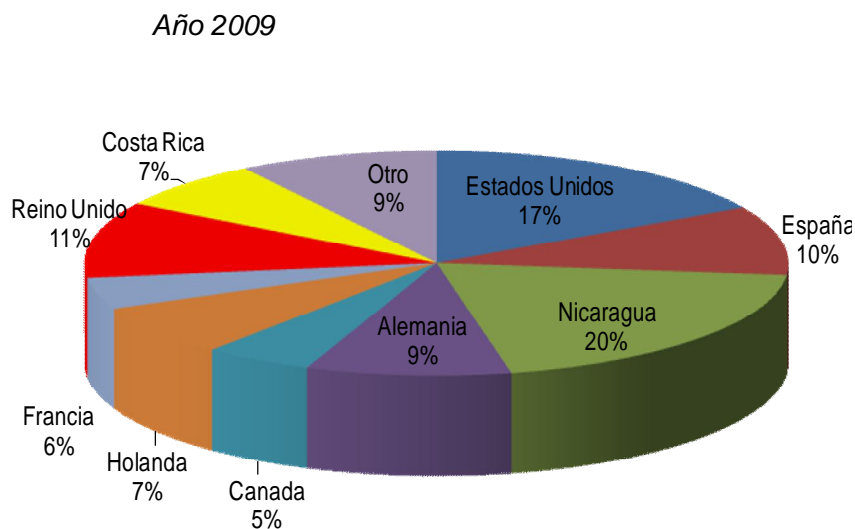
Tendencias de visitación nacional y extranjera entre años (Número de personas)



3. Caracterización del turista visitante¹

3.1 Nacionalidad

País	%	Personas
Nicaragua	19,9	618
EE.UU.	16,8	522
Reino Unido	10,9	338
España	9,9	307
Alemania	9,4	292
Holanda	7,4	229
Costa Rica	7	217
Canadá	5	155
Francia	4,5	139
Otros	9,2	289
TOTAL	100	3.106



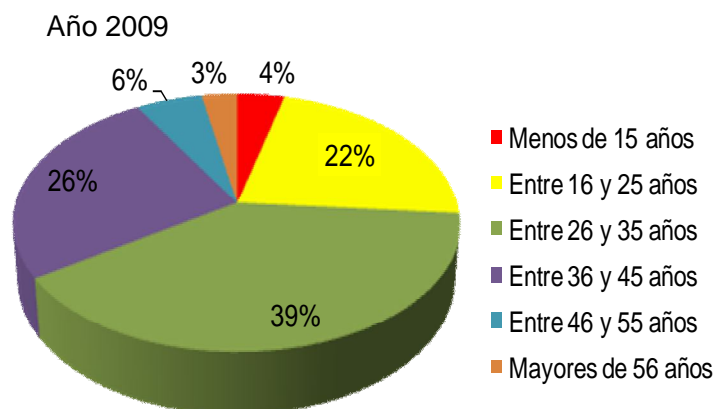
Consolidado 2003 – 2009

Nacionalidad	Porcentajes interanuales						
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Nicaragua	19,9	20	28	41	41	38,4	47,3
España	9,9	16	13	12	11	14,8	13,1
EE.UU.	16,8	17	14	9	8,3	12	7,5
Alemania	9,4	10	8	6	8	12,1	5,3
Reino Unido	10,9	6	6	5	5,8	5,8	2
Costa Rica	7	4	3	4	6	5,2	4
Francia	4,5	1,5	3	5	3	3	2,4
Otros	21,6	25,5	25	18	16,9	8,7	18,4
Total	100	100	100	100	100	100	100

¹ La caracterización del visitante se realiza en base a un muestreo anual de turistas a los que se les aplica una encuesta. 483 turistas sirvieron de muestra para los datos de 2009, un 15,5% sobre la afluencia total llegada ese año. Los porcentajes obtenidos se extrapolan sobre el total de visitantes.

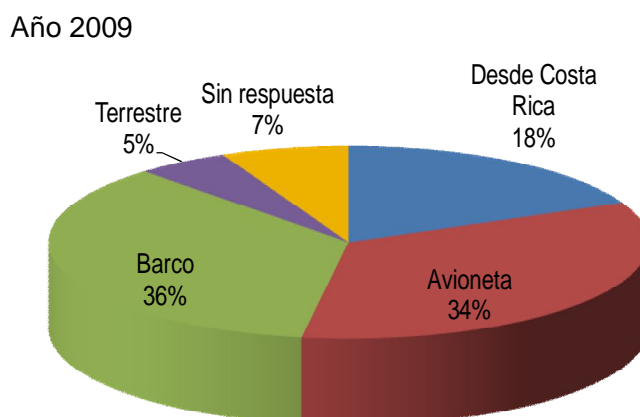
3.2 Edad

Edades	%	Personas
Hasta 15 años	4	115
Entre 16 y 25 años	22,4	695
Entre 26 y 35 años	39,5	1.227
Entre 36 y 45 años	25,8	802
Entre 46 y 55 años	5,6	174
Mayores a 56 años	3	93
TOTAL	100	3.106



3.3 Medio de transporte utilizado para llegar a Río San Juan

Medio	%	Personas
Terrestre	5	155
Acuático desde Granada	35,6	1.106
Desde Costa Rica	18,3	569
Aéreo desde Managua	34,2	1.063
Sin Respuesta	6,9	213
TOTAL	100	3.106



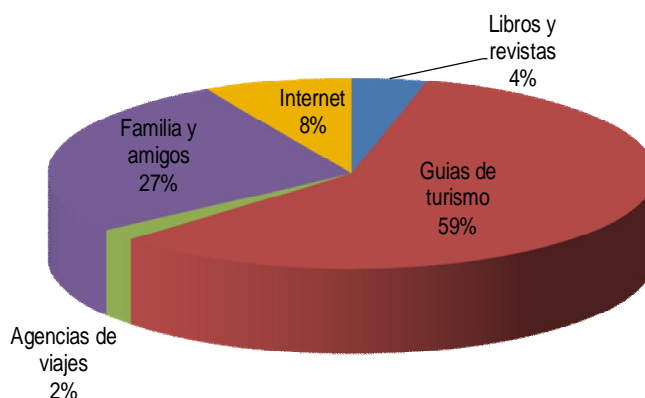
Consolidado 2003 – 2009

Nacionalidad	Porcentajes interanuales						
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Terrestre	5	19,9	21	17,1	21,6	31,1	24,5
Acuático	35,6	33,8	32,6	35,8	43,3	44,3	39,6
Desde Costa Rica	18,3	12,3	20,9	16	N/a	N/a	N/a
Aéreo desde Managua	34,2	32,2	23,8	28,9	33,6	21,3	30,2
Sin Respuesta	6,9	1,7	1,7	2,1	1,5	3,3	5,7
Total	100	100	100	100	100	100	100

3.4 Medio de información para llegar a Río San Juan

Año 2009

Medio	%	Personas
Libros/ revistas	4	124
Guías de turismo	58,9	1.829
Familia y amigos	27,2	845
Internet	7,9	245
Agencias de viajes	2	63
TOTAL	100	3.106



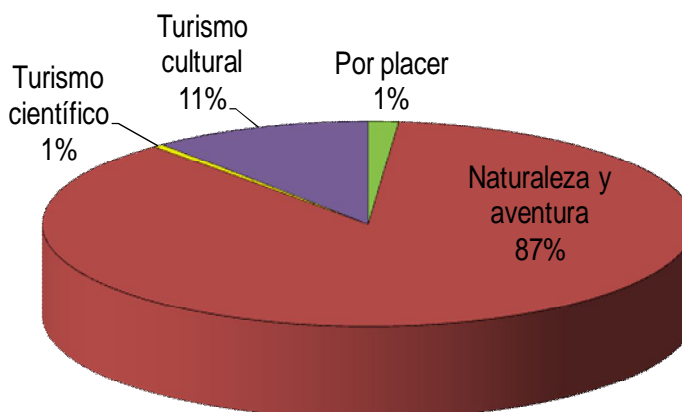
Consolidado 2003 – 2009

Nacionalidad	Porcentajes interanuales						
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Libros y revistas	4	32,8	14	19,3	26,9	32,8	20,4
Guías de turismo	58,9	29,5	40,4	30,7	44	29,5	33,3
Familia y amigos	27,2	31,1	34,8	34,9	25,4	31,1	33,3
Internet	7,9	4,9	5,1	8,3	2,2	4,9	7,4
Agencias de viajes	2	1,6	3,9	6,8	1,5	1,6	5,6
Total	100	100	100	100	100	100	100

3.5 Motivo por el cual viaja a Río San Juan

Año 2009

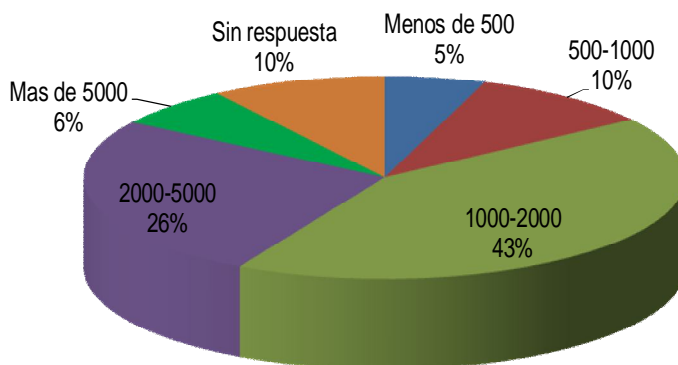
Motivo	%	Personas
Por placer	1,5	47
Naturaleza y aventura	87,1	2.705
Turismo científico	0,5	16
Turismo cultural	10,9	338
TOTAL	100	3.106



3.6 Perfil económico del visitante. Ingreso mensual

Dólares / mes	%	Personas
Menos de 500	5,4	168
Entre 501 / 1.000	9,9	307
Entre 1.001 / 2.000	42,6	1.323
Entre 2.001 / 5.000	26,2	814
Más de 5.000	6,4	199
Sin respuesta	9,4	295
TOTAL	100	3.106

Año 2009



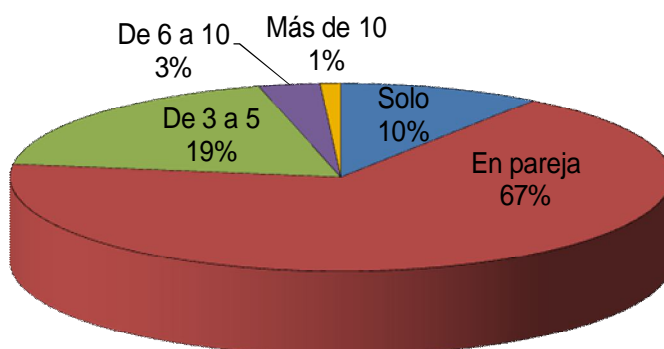
Consolidado 2003 – 2009

Nacionalidad	Porcentajes interanuales						
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Menos de 500	5,4	25,6	27,4	23,6	14,2	20,4	23,3
Entre 501 / 1.000	9,9	14,8	15,1	19,4	25,4	31,5	20,9
Entre 1.001 / 2.000	42,6	5,1	32,2	36,1	31,3	37	37,2
Entre 2.001 / 5.000	26,2	47,2	17,8	16	11,9	5,6	9,3
Más de 5.000	6,4	7,2	7,5	4,9	5,2	5,5	9,3
Sin respuesta	9,4	0,0	0,0	0,0	12	0,0	0,0
Total	100	100	100	100	100	100	100

3.7 Compañía durante el viaje a Río San Juan

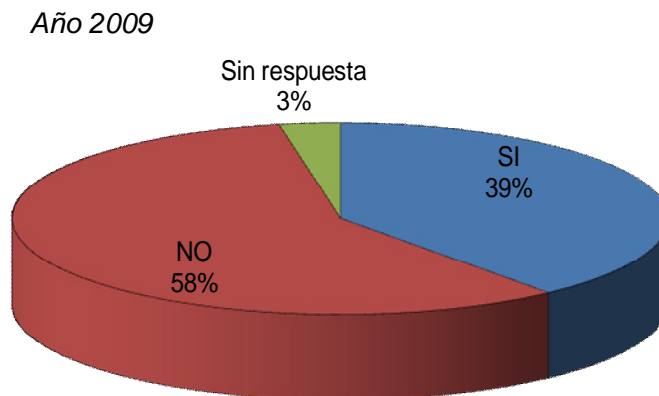
Compañía	%	Personas
Viaja solo	9,9	307
Viaja en pareja	67,3	2.090
Grupo de 3 a 5	18,8	584
Grupo de 6 a 10	3	93
Grupo de más de 10	1	32
TOTAL	100	3.106

Año 2009



3.8 Inclusión de visita al Archipiélago de Solentiname en el viaje por Río San Juan²

Inclusión	%	Personas
Si	39,1	1.215
No	57,9	1.798
Sin respuesta	3	93
TOTAL	100	3.106



² Preguntado a turistas de visita en el poblado de El Castillo

4. Servicios y ocio

4.1. Disponibilidad de servicios turísticos y comparación con años anteriores (a diciembre de cada año)

Concepto	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Número de hoteles y hospedajes	10	8	8	7	6	6	6
Número de camas disponibles	150	129	129	121	108	108	108
Número de restaurantes y sodas	15	15	16	15	11	8	6
Número de guías turísticos	8	8	10	10	8	8	8
Número de ofertas de rutas a caballo	4	4	4	4	3	2	1
Número de transportistas turísticos	14	12	12	12	11	13	14
Número de otras ofertas de ocio (Kayak, avistamiento de caimanes, pesca deportiva, etc.)	15	14	13	12	10	6	4

4.2. Descripción de nuevas alternativas de ocio por año (a diciembre de cada año)

2003	<ul style="list-style-type: none"> · Tour a los restos de dos barcos de vapor de la época de la Ruta del Tránsito · Tour a aguas termales
2004	<ul style="list-style-type: none"> · Avistamiento nocturno de caimanes (paseo en bote por el río) · Visita a la Comunidad El Gavilán. Turismo comunitario · Rutas a caballo hacia un bosque privado.
2005	<ul style="list-style-type: none"> · Apertura de la Finca Delicias de Pocosol. Agroturismo · Visitas guiadas a lo largo del poblado El Castillo · Tour de observación de aves, anfibios y reptiles a lo largo del río Sarnoso · Tour en canoa a lo largo del río La Juana
2006	<ul style="list-style-type: none"> · Pesca tradicional y deportiva
2007	<ul style="list-style-type: none"> · Tour de observación de aves
2008	<ul style="list-style-type: none"> · Tour de canoas y kayaks
2009	<ul style="list-style-type: none"> · Tour a finca privada sostenible

4.3. Visitación a la Fortaleza Inmaculada Concepción de María

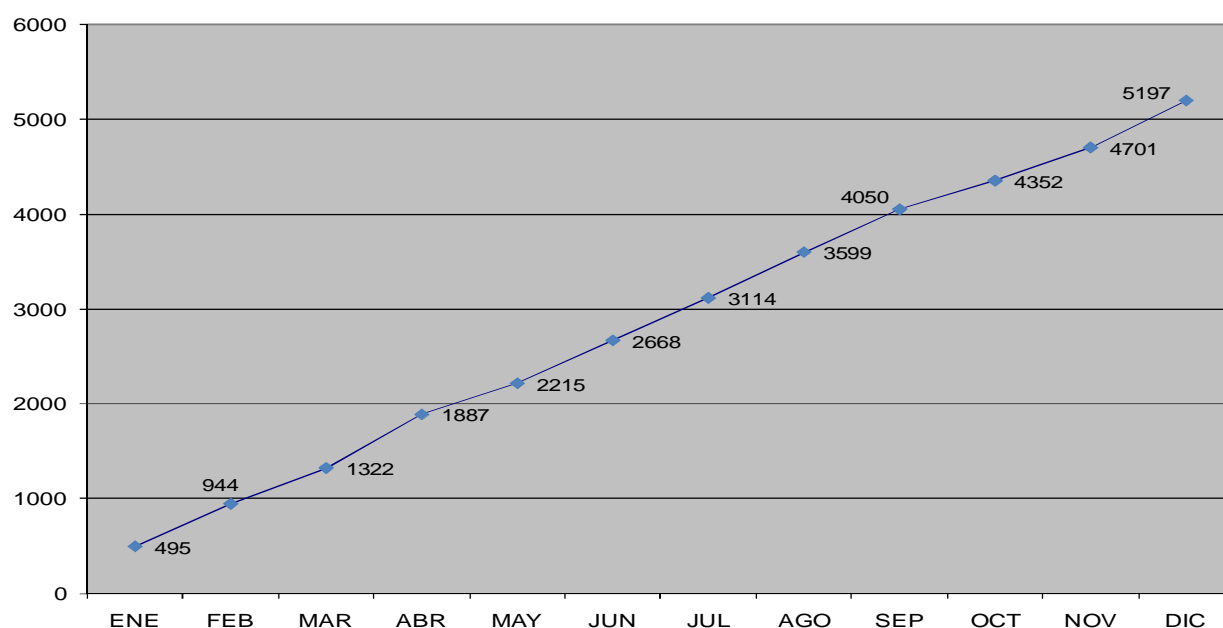
4.3.1 Visitación mensual y consolidada por año (Número de personas)

Mes	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Enero	495	653	475	348	341	292	420
Febrero	449	468	423	244	385	234	230
Marzo	378	582	308	298	542	220	247
Abril	565	353	432	481	233	382	327
Mayo	328	270	307	221	297	184	209
Junio	453	165	150	166	211	135	151
Julio	446	418	421	280	317	204	171
Agosto	485	425	440	373	385	291	243
Septiembre	451	325	317	247	281	369	285
Octubre	302	340	213	213	92	337	114
Noviembre	349	376	306	368	235	287	189
Diciembre	496	481	314	359	324	209	181
TOTAL	5.197	4.856	4.106	3.598	3.616	3.144	2.767

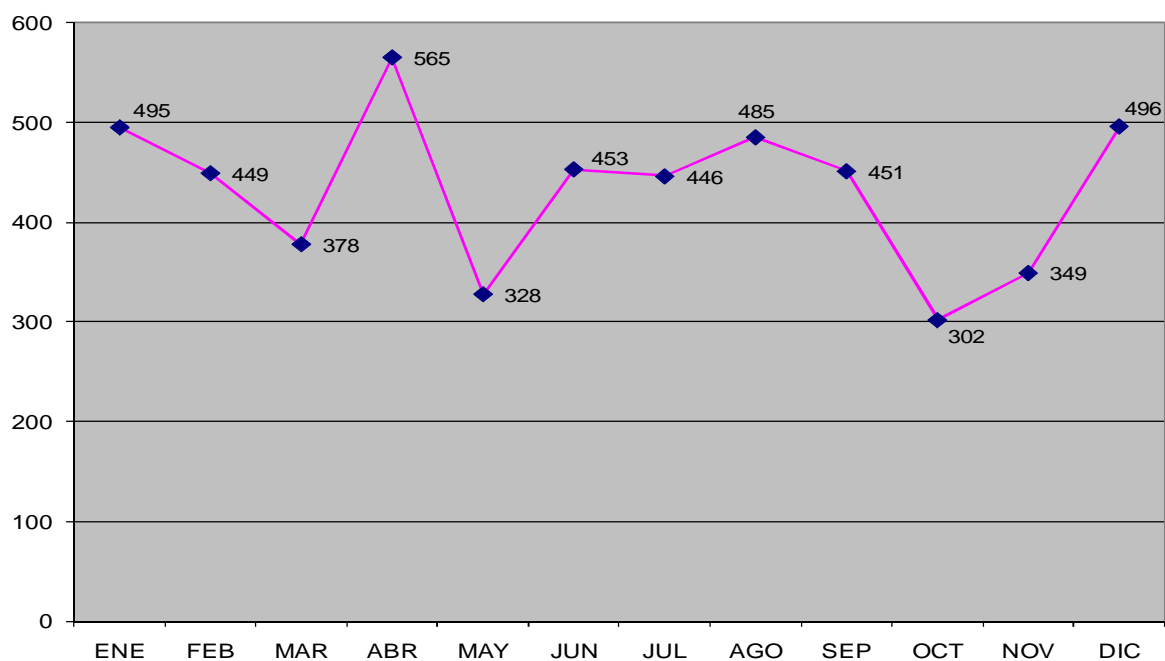
Incremento anual	7.02%	18.27%	14.12%	-0.50%	15.01%	13.62%
-------------------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

4.3.2 Visitación turística en la Fortaleza a lo largo del año 2009 y comparativo por años

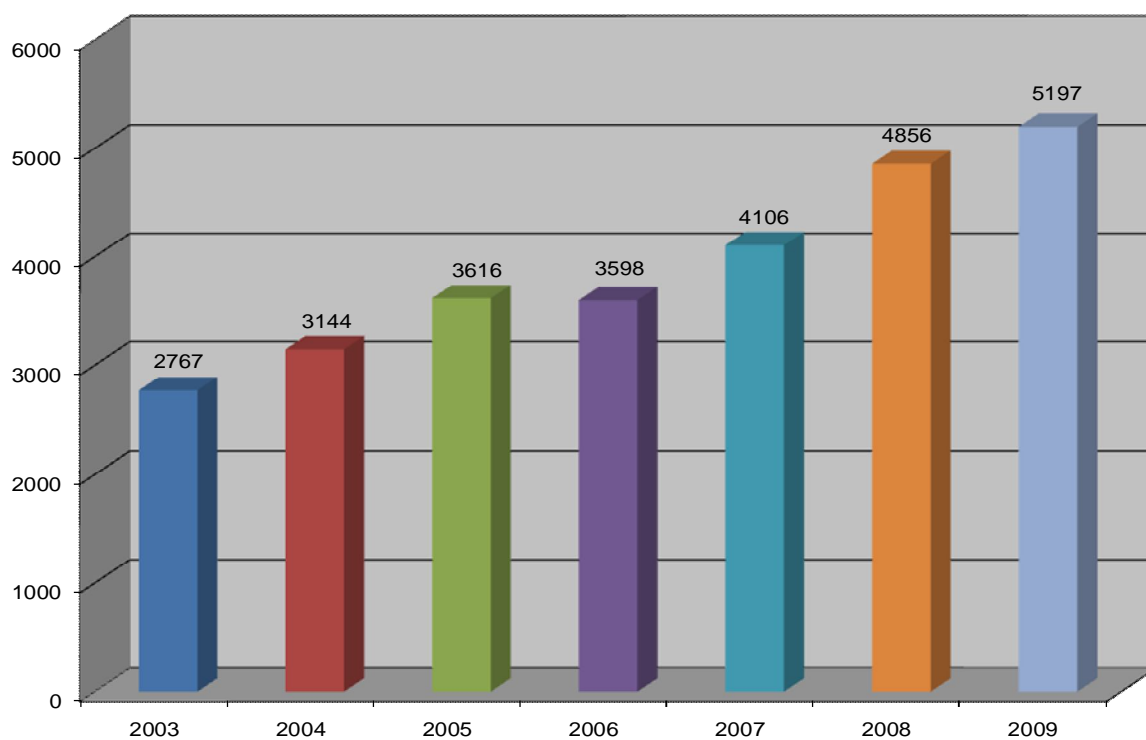
Incremento a lo largo de los meses del año 2009 (Número de personas)



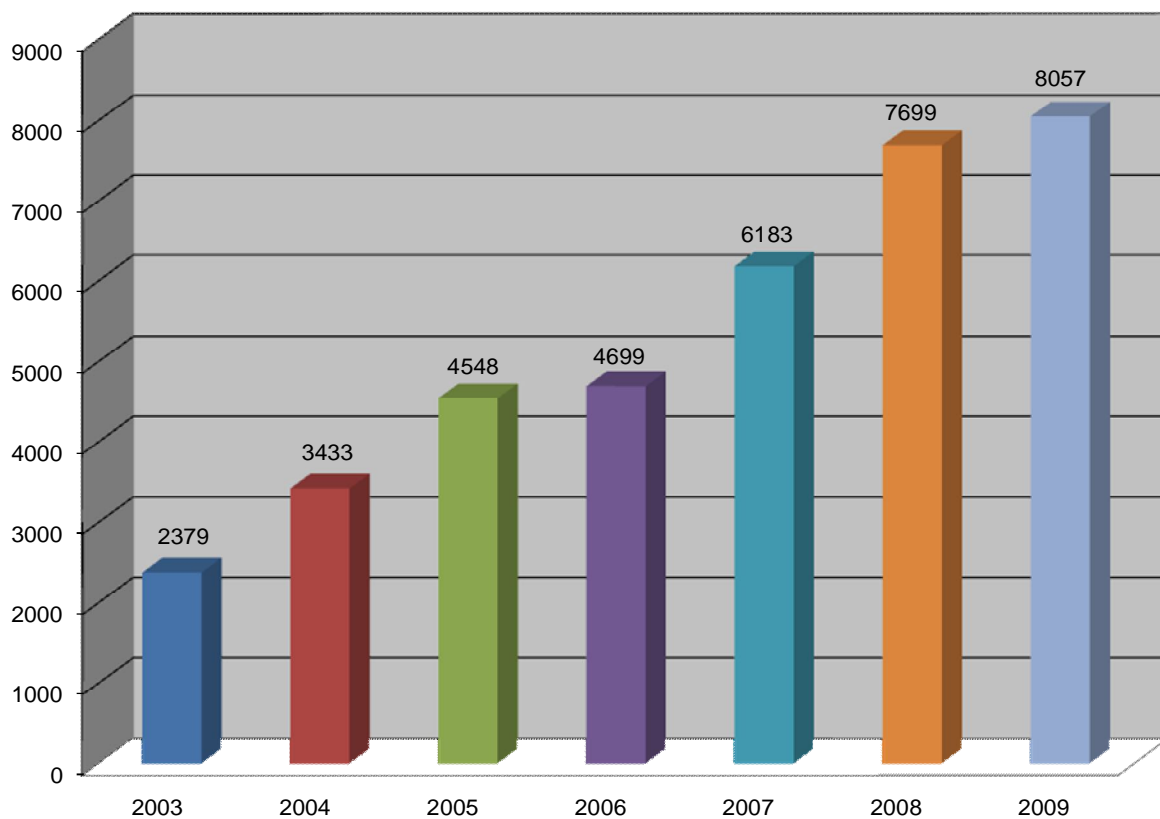
Evolución a lo largo de los meses del año 2009 (Número de personas)



Evolución a lo largo de los años (Número de personas)

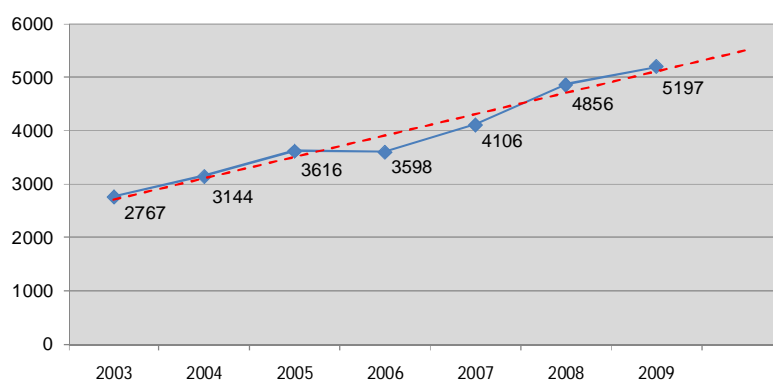


4.3.3 Ingreso en concepto de visitación a la Fortaleza a lo largo de los años (dólares USA)



4.3.4 Tendencia histórica y previsión en la visitación turística de la Fortaleza

Año	Visitantes	Variación interanual (%)
2003	2.767	
2004	3.144	13,6%
2005	3.616	15%
2006	3.598	-0,5%
2007	4.106	14,1%
2008	4.856	18,3%
2009	5.197	7%
Promedio	3.898	
TOTAL	27.284	

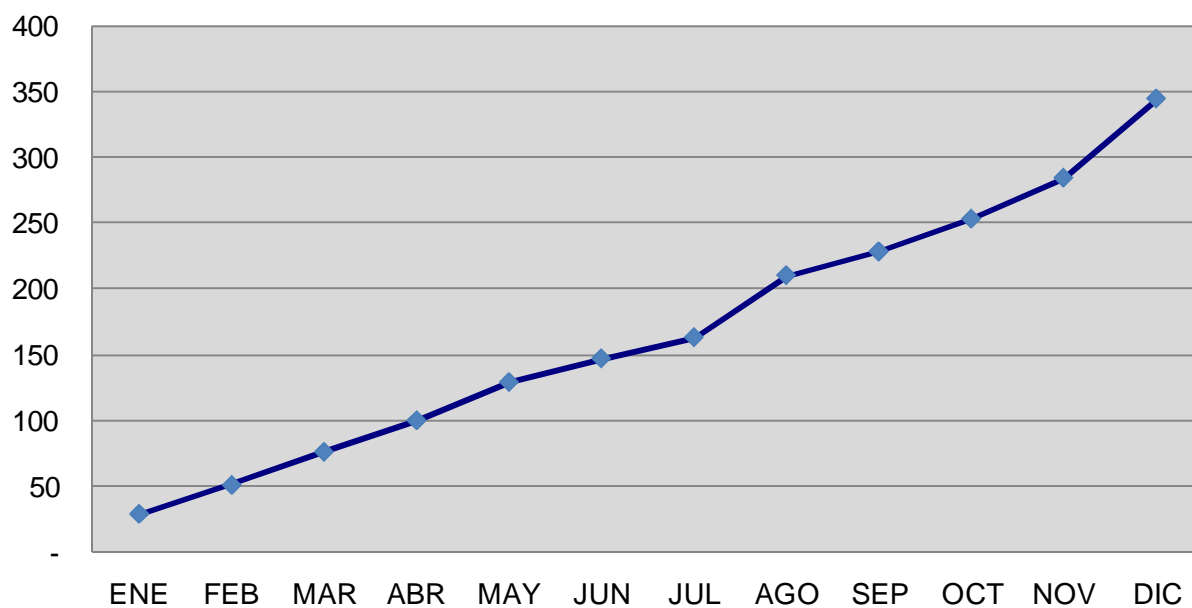


4.4. Contratación de Tours a través del Grupo de Guías

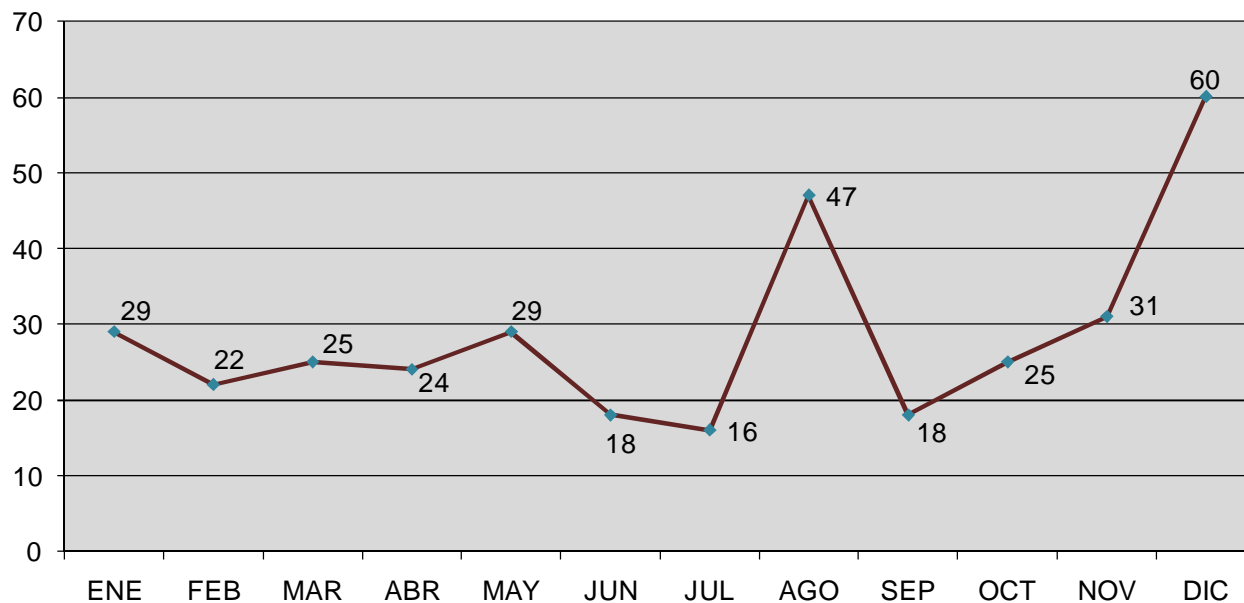
4.4.1 Número de tours realizados a lo largo de los años

Mes	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Enero	29	31	28	15	12	12	
Febrero	22	29	30	10	15	8	
Marzo	25	24	32	9	20	12	11
Abril	24	15	42	28	17	11	10
Mayo	29	10	20	12	7	2	10
Junio	18	9	17	10	17	4	0
Julio	16	36	26	24	16	9	10
Agosto	47	45	53	37	29	18	14
Septiembre	18	13	22	18	18	10	18
Octubre	25	15	8	14	6	4	3
Noviembre	31	20	14	14	8	5	7
Diciembre	60	42	30	39	24	9	9
TOTAL	344	289	322	230	189	104	92

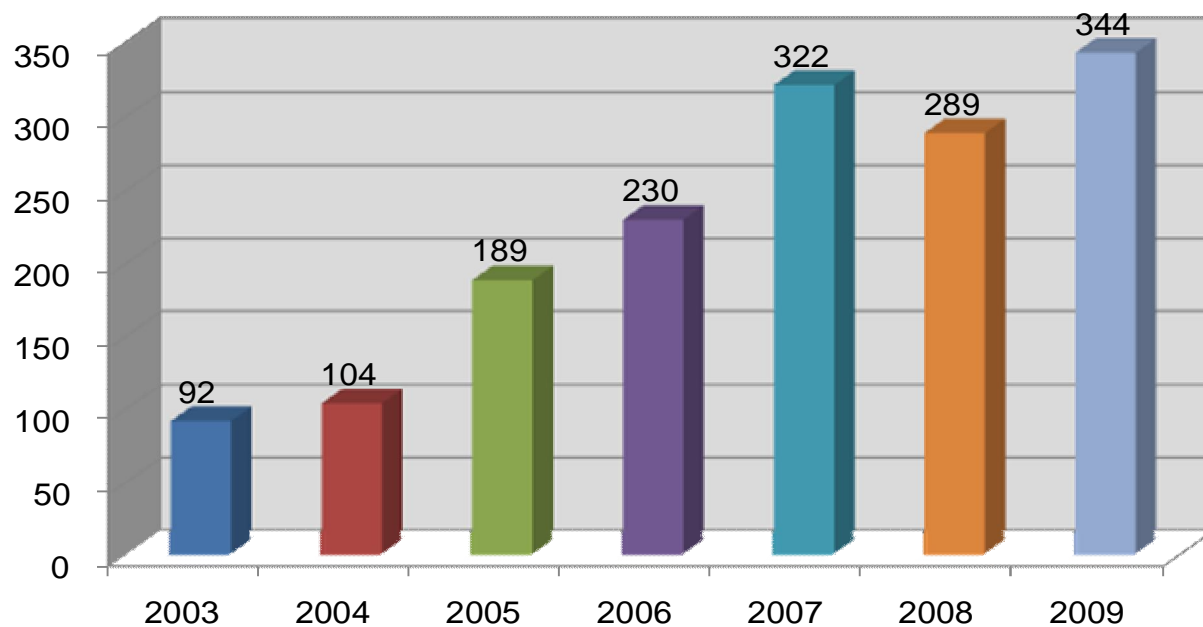
Incremento en la contratación de tours a lo largo de los meses del año 2009



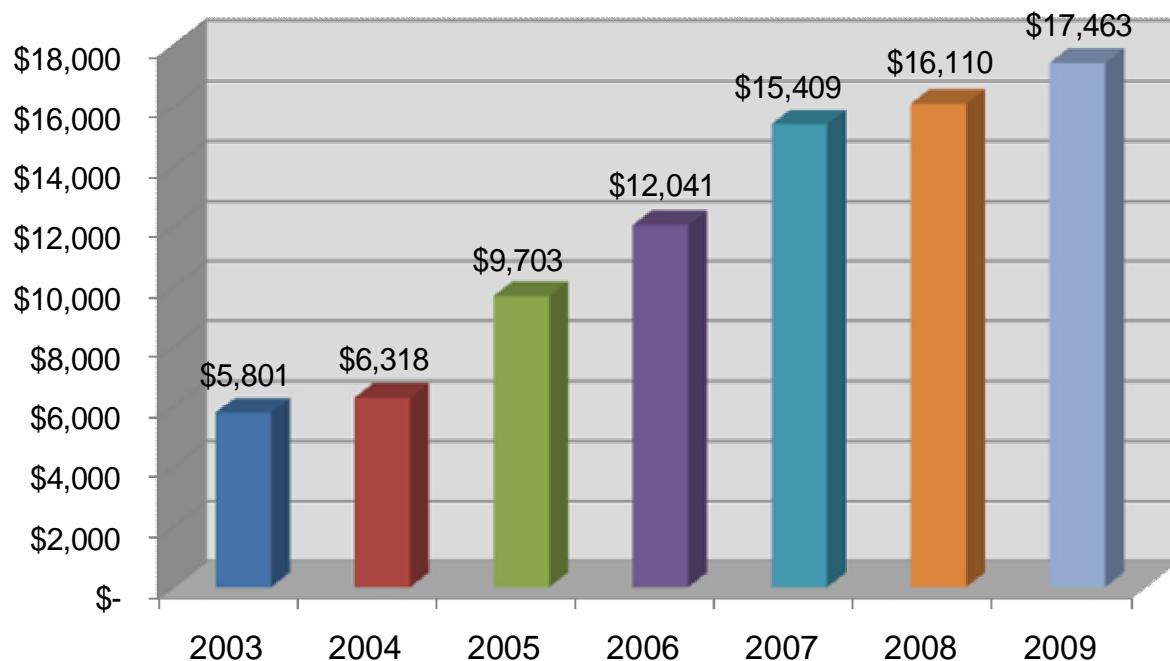
Estacionalidad en la contratación de tours a lo largo de los meses del año 2009



4.4.2 Evolución de la contratación de tours entre los años 2003 y 2009

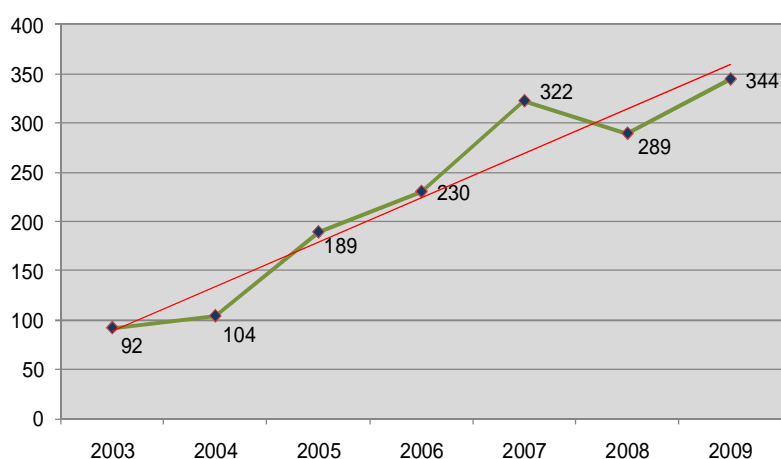


4.4.3 Ingreso en concepto de Tours a lo largo de los años



4.4.4 Tendencia histórica en la contratación de tours

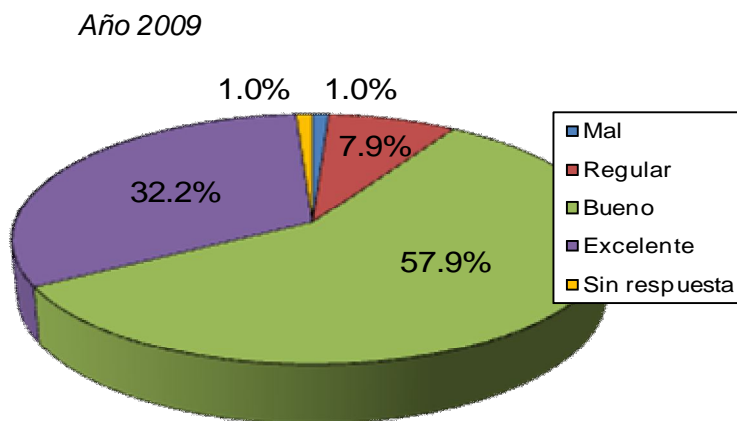
Año	Visitantes	Variación interanual (%)
2003	92	
2004	104	13%
2005	189	81,7%
2006	230	21,7%
2007	322	40%
2008	289	-10,2%
2009	344	19%
Promedio	224	
TOTAL	1570	



5. Satisfacción del turista hacia los servicios recibidos

5.1 Valoración de la calidad de los hoteles de El Castillo por parte de los turistas

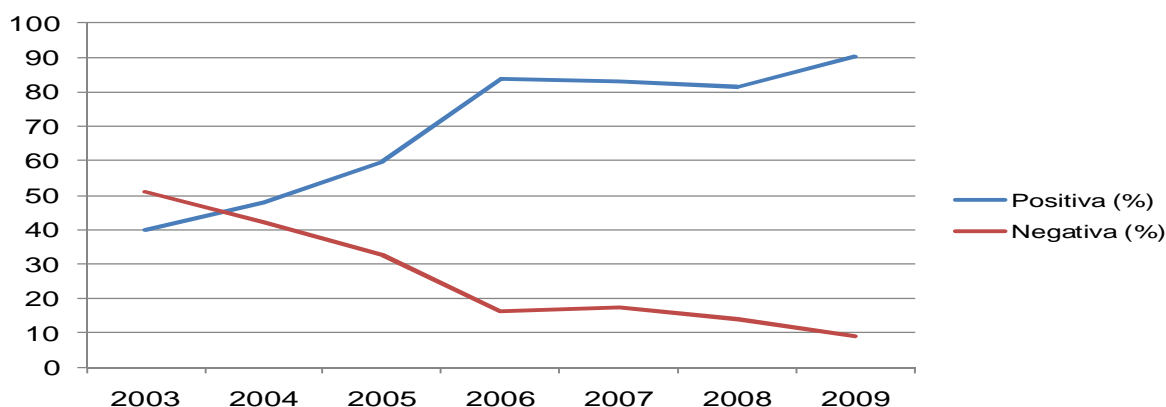
Calificación	%	Personas
Muy mala	0	0
Mala	1	31
Regular	7,9	245
Buena	57,9	1.799
Excelente	32,2	1.000
Sin definir	1	31
TOTAL	100	3.106



Consolidado de opinión 2003 – 2009

Calificación	Porcentajes anuales						
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Muy mala	0	0	0	0	1,5	3,5	4,2
Mala	1	2	2,4	1,7	9,7	7	9,3
Regular	7,9	12,3	15	14,5	21,6	31,6	37,5
Buena	57,9	54	59,1	59,9	42,5	31,6	29,6
Excelente	32,2	27,3	23,8	23,8	17,2	16,3	10,4
Sin definir	1	4,4	0	0	7,5	10	9
Total	100	100	100	100	100	100	100

Evolución en la percepción del turista sobre la calidad del servicio en los hoteles³

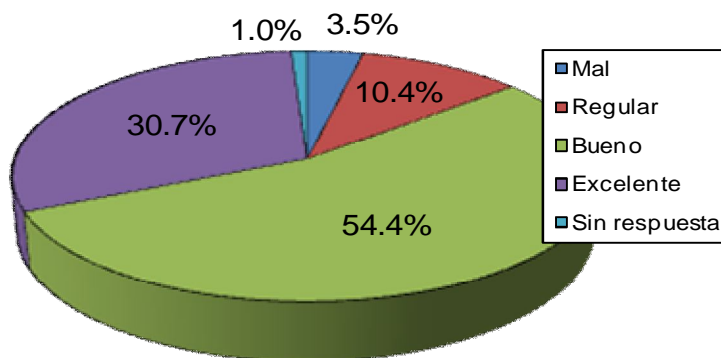


³ La percepción positiva es el sumatorio de la valoración “buena” y “excelente”. La percepción negativa aglutina las valoraciones “muy mala”, “mala” y “regular”

5.2 Valoración de la calidad de los restaurantes de El Castillo por parte de los turistas

Calificación	%	Personas
Muy mala	0	0
Mala	3,5	108
Regular	10,4	323
Buena	54,5	1.693
Excelente	30,7	954
Sin definir	1	28
TOTAL	100	3.106

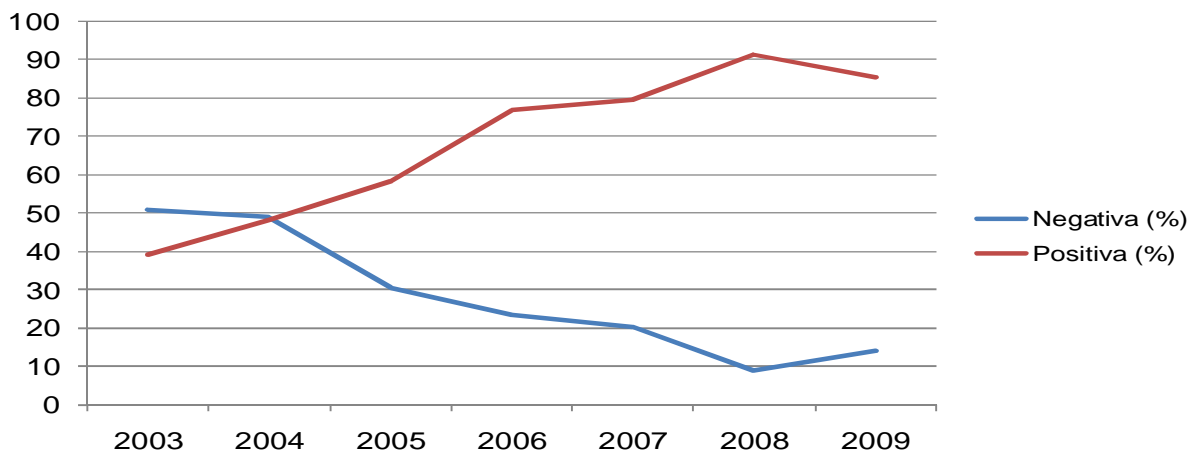
Año 2009



Consolidado de opinión 2003 – 2009

Calificación	Porcentajes anuales						
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Muy mala	0	0	0	0	0,7	3,6	4,1
Mala	3,5	2,9	5,4	5,4	4,5	3,6	8,2
Regular	10,4	6	15	18	25,4	41,8	38,6
Buena	54,5	65,8	52,6	49,1	41,8	34,5	28,8
Excelente	30,7	25,3	27	27,5	16,4	13,4	10,4
Sin definir	1	0	0	0	11,2	3,1	9,9
Total	100	100	100	100	100	100	100

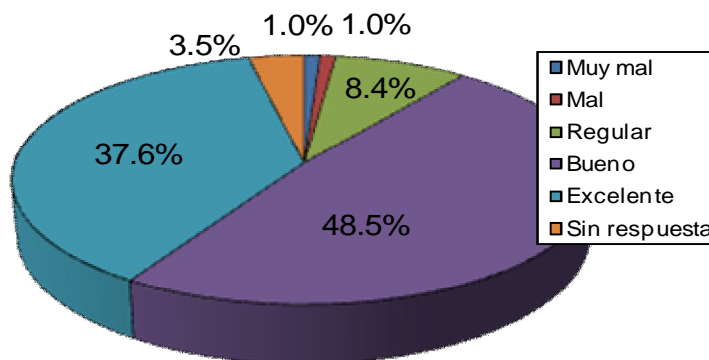
Evolución en la percepción del turista sobre la calidad del servicio en los restaurantes



5.3 Valoración de la calidad de los guías turísticos de El Castillo y de los tours por parte de los turistas

Calificación	%	Personas
Muy mala	1	28
Mala	1	28
Regular	8,4	261
Buena	48,5	1.506
Excelente	37,6	1.174
Sin definir	3,5	109
TOTAL	100	3.106

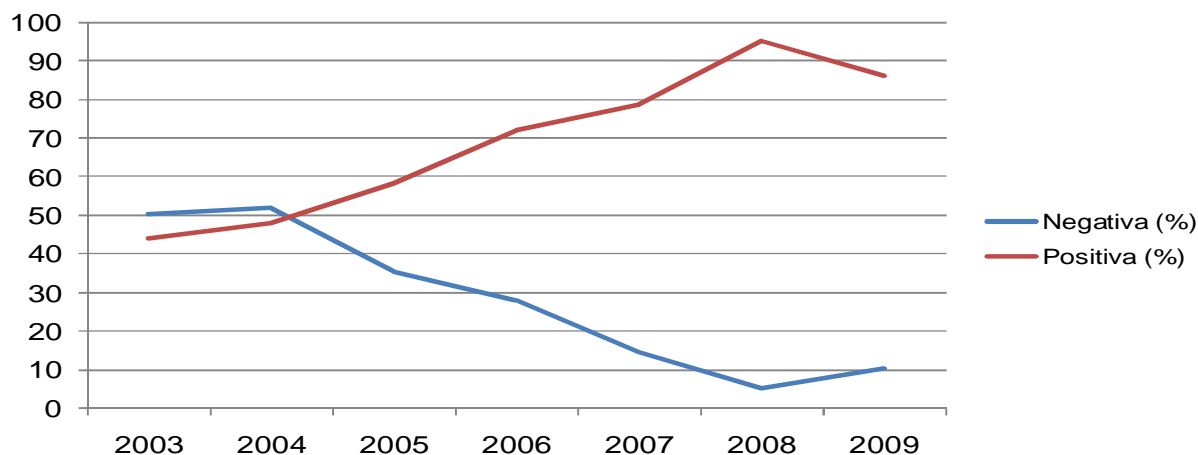
Año 2009



Consolidado de opinión 2003 – 2009

Calificación	Porcentajes anuales						
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Muy mala	1	0	0	0	0,9	1,8	4,9
Mala	1	0	3,4	8,1	8,5	9,6	8,1
Regular	8,4	5,1	11,2	19,8	26,1	40,7	37,2
Buena	48,5	61	55,5	44,6	31,6	29,5	32,1
Excelente	37,6	34	23,1	27,5	26,7	18,4	11,9
Sin definir	3,5	0	6,8	0	6,2	0,0	5,8
Total	100	100	100	100	100	100	100

Evolución en la percepción del turista sobre la calidad del servicio de los guías turísticos



6. Aspectos económicos del sector

6.1. Volumen de negocios turísticos a diciembre de cada año en El Castillo

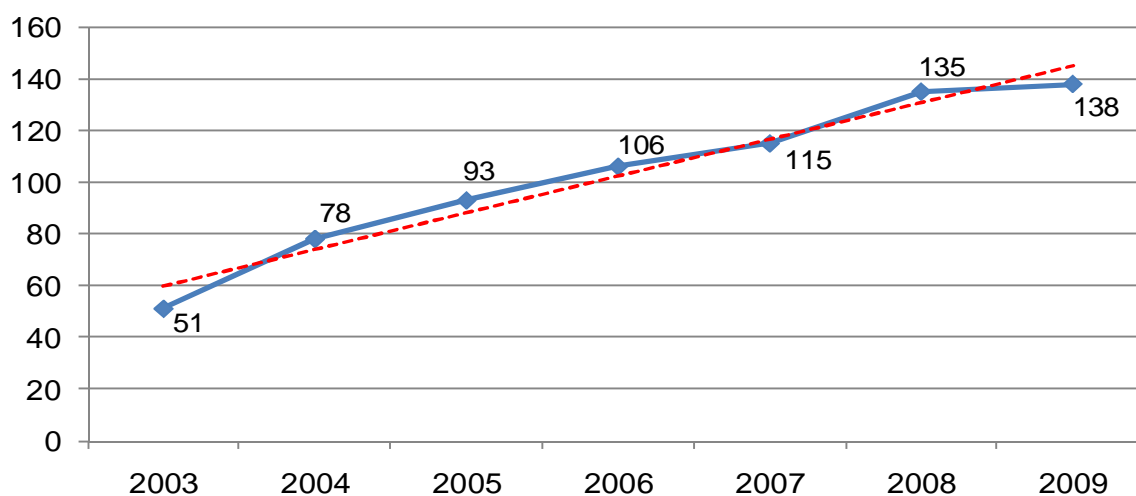
Tipo de empresa	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Hospedajes y Hoteles	10	8	8	7	6	6	6
Restaurantes y sodas	15	15	15	15	11	8	6
Guías turísticos	8	8	10	10	8	8	8
Transportistas del turismo	14	12	12	12	11	13	14
Cabalgatas a caballo	3	3	4	4	3	2	1
Otros servicios de ocio (Kayak, pesca, etc.)	15	14	11	10	10	6	4
TOTAL	65	58	60	58	49	43	39

6.2. Generación de empleo estable en El Castillo

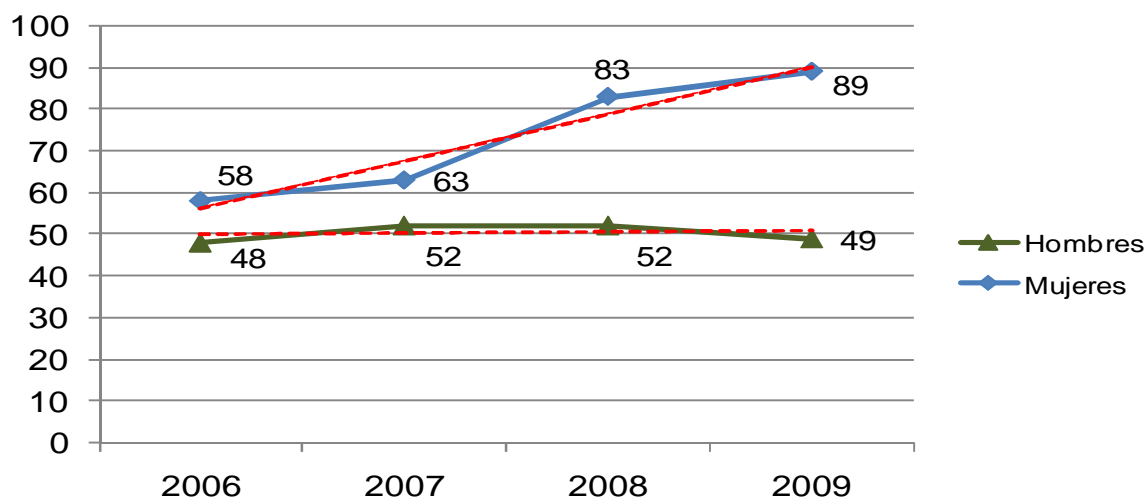
Evolución del número de empleos estables por negocio turístico y sexo a diciembre de cada año

Tipo de Negocio	2009			2008			2007			2006			2005	2004	2003
	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	T	T	T
Hospedajes y Hoteles	9	34	43	10	28	38	8	21	29	8	17	25	18	18	14
Restaurantes y sodas	10	40	50	12	34	46	13	33	46	11	32	43	40	29	9
Guías turísticos	7	1	8	7	1	8	8	2	10	8	2	10	8	8	8
Transportistas del turismo	14		14	12		12	12		12	12		12	11	13	14
Cabalgatas a caballo	3		3	3		3	4		4	4		4	3	2	1
Otros servicios de ocio	6	14	20	8	20	28	7	7	14	5	7	12	13	8	5
	49	89	138	52	83	135	52	63	115	48	58	106	93	78	51

Tendencia en la generación total de empleo estable



Tendencias en la generación de empleo estable según sexo



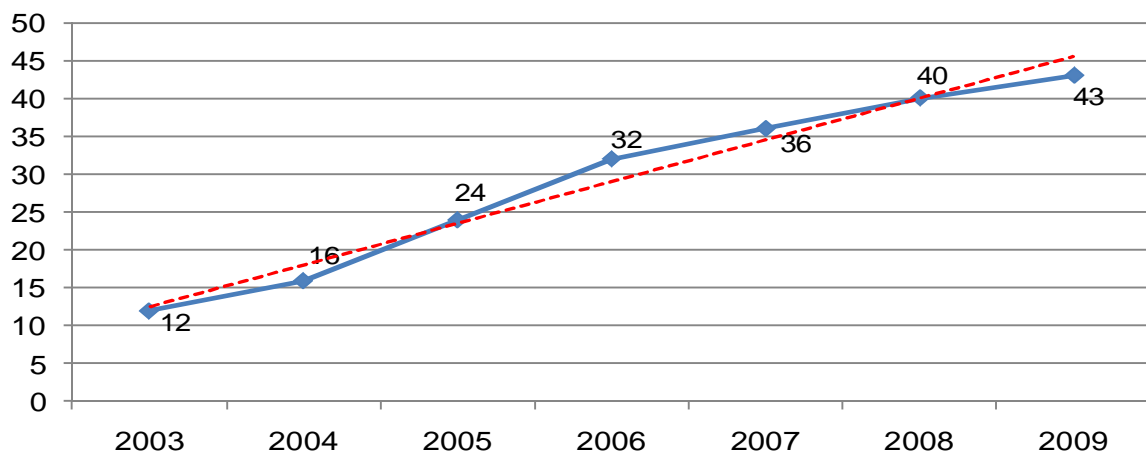
6.3. Generación de empleo temporal en El Castillo⁴

Evolución del número de empleos temporales por negocio turístico y sexo a diciembre de cada año

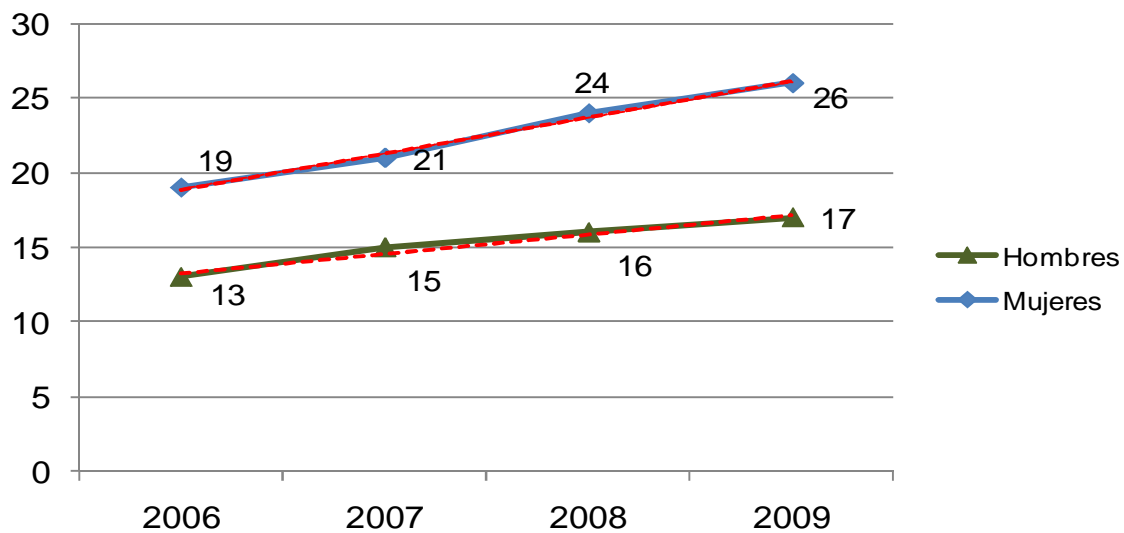
Tipo de Negocio	2009			2008			2007			2006			2005	2004	2003
	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	T	T	T
Hospedajes y Hoteles	4	9	13	4	8	12	4	6	10	3	5	8	9	6	5
Restaurantes y sodas	9	17	26	8	16	24	6	15	21	5	14	19	14	9	6
Guías turísticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Transportistas del turismo	4	0	4	4	0	4	5		5	5		5	1	1	1
Cabalgatas a caballo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros servicios de ocio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	17	26	43	16	24	40	15	21	36	13	19	32	24	16	12

⁴ Se refiere a personal contratado únicamente en temporadas altas o que labora en momentos determinados de la semana. Se incluye en esta consideración a personal de limpieza, lavado de ropa, meseros, mantenimiento de infraestructuras, refuerzo de labor en cocina, transporte u otros.

Tendencia en la generación total de empleo temporal



Tendencias en la generación de empleo temporal según sexo

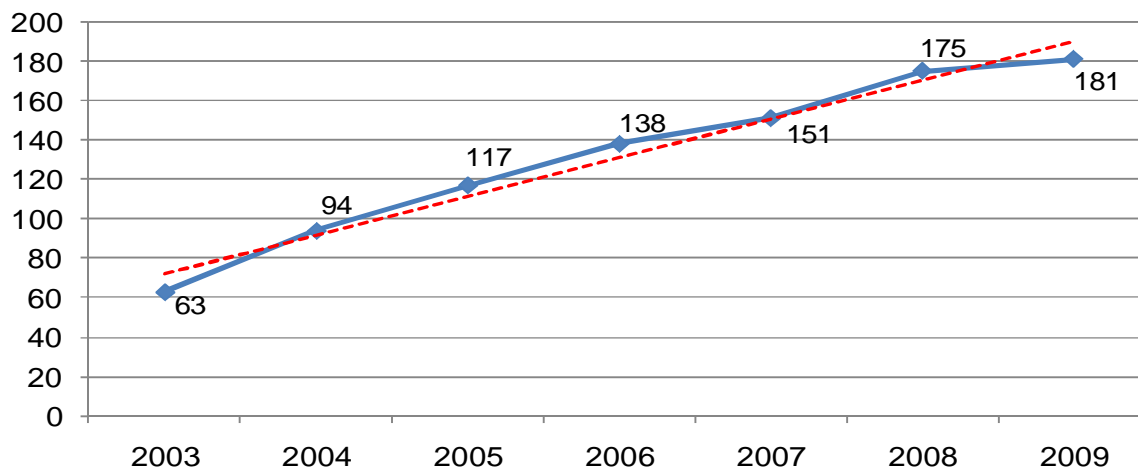


6.4. Generación de empleo total en El Castillo

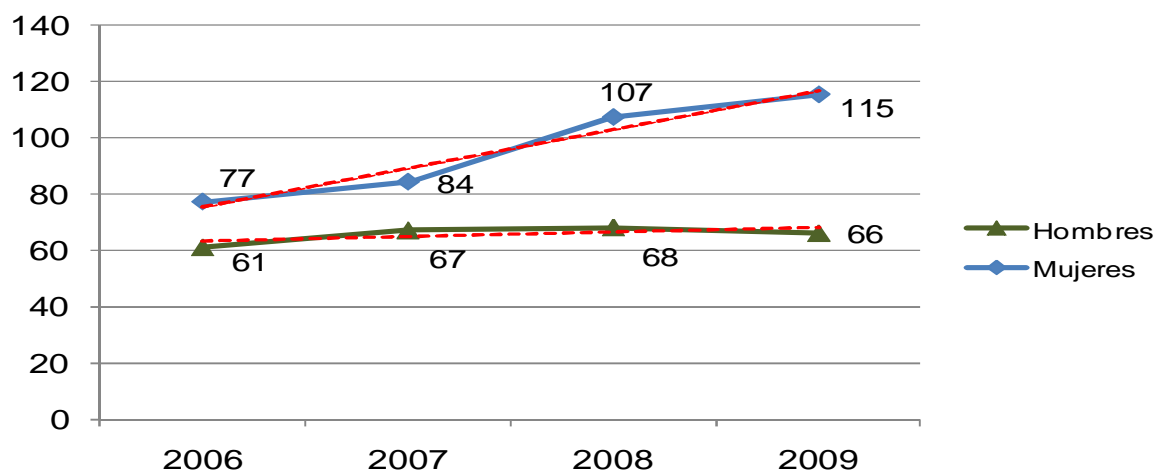
Evolución del número de empleos totales por negocio turístico y sexo a diciembre de cada año

Tipo de Negocio	2009			2008			2007			2006			2005	2004	2003
	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	T	T	T
Hospedajes y Hoteles	13	43	56	14	36	50	12	27	39	11	22	33	27	24	19
Restaurantes y sodas	19	57	76	20	50	70	19	48	67	16	46	62	54	38	15
Guías turísticos	7	1	8	7	1	8	8	2	10	8	2	10	8	8	8
Transportistas del turismo	18	0	18	16	0	16	17	0	17	17	0	17	12	14	15
Cabalgatas a caballo	3	0	3	3	0	3	4	0	4	4	0	4	3	2	1
Otros servicios de ocio	6	14	20	8	20	28	7	7	14	5	7	12	13	8	5
	66	115	181	68	107	175	67	84	151	61	77	138	117	94	63

Tendencia en la generación total de empleo temporal

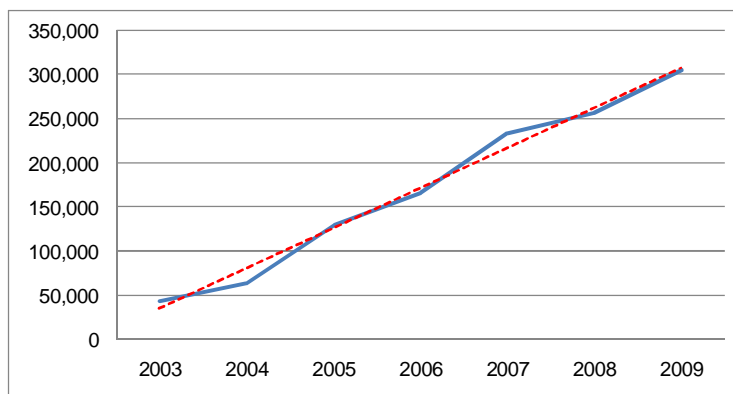


Tendencias en la generación de empleo temporal según sexo



6.5. Tendencia histórica del ingreso del sector turístico en la localidad de El Castillo⁵

Año	Dólares	Incremento interanual %
2003	43.320,6	
2004	62.551,9	45
2005	129.733,8	108
2006	166.346	28
2007	233.040,2	40
2008	255.820,3	9,7
2009	304.859,7	20
Promedio	170.810.35	
TOTAL	1.195.672,5	



6.6. Comparativo entre el ingreso en concepto de turismo en la localidad de El Castillo y la inversión realizada por el Proyecto ARAUCARIA – Río San Juan en materia de turismo⁶

	Ingreso por visitación turística	Inversión del proyecto	Saldo neto
2003	43,320.6	51,293.7	-7,973.1
2004	62,551.9	90,679.6	-28,127.8
2005	129,733.8	142,133.3	-12,399.5
2006	166,346.0	81,951.5	84,394.5
2007	233,040.2	104,831.4	128,208.8
2008	255,820.3	142,516.6	113,303.7
2009	304,859.8	182,372.0	122,487.7
Total	1195,672.5	795,778.1	399,894.4
Promedio	170,810.4	113,682.6	

⁵ El cálculo del ingreso total en El Castillo en concepto de turismo se ha realizado multiplicando el número total de turistas llegados durante el año de referencia por el número de pernотaciones totales y por el gasto promedio en dólares declarado por el turista durante ese año.

⁶ Incluye asistencias técnicas, capacitación, apoyo a la pequeña empresa, promoción y comercialización, infraestructura turística. También se incluye lo relativo a la recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural. Este monto de inversión se refiere a las acciones realizadas no solo en la localidad de El Castillo, sino también en San Juan del Norte, Boca de Sábalo y el Archipiélago de Solentiname.

Evolución del ingreso en concepto de turismo en la localidad de El Castillo comparado con la inversión total realizada por el Proyecto ARAUCARIA en su componente turístico.

