

EFFECTOS SOCIOECONÓMICOS DEL TURISMO SOLIDARIO EN EL MUNICIPIO DE LEÓN, NICARAGUA.

Ryder Enrique Hernández Baca

Departamento de Turismo
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales,
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León
rydderhdez@gmail.com

Idania Mercedes Bolaños Cerda

Departamento de Turismo
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales,
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León
idania@ce.unanleon.edu.ni

Resumen.

La evolución en las motivaciones de viajes de los turistas ha ocasionado una reconceptualización de algunos modelos de turismo o la creación de nuevos (Flores, 1974), como el de Turismo Solidario. El objetivo del estudio fue analizar los efectos socioeconómicos del Turismo Solidario en el municipio de León, Nicaragua, a través de la evaluación del rol y/o percepción de este modelo, de parte de cada uno de los sujetos de estudio. Para ello, se entrevistó al INTUR-León y a 10 ONG's, y se encuestó a turistas solidarios, población y empresarios locales. Los resultados del análisis mostraron que no es indispensable traer grupos al país para la ejecución de los programas de las ONG's; Mismos que no han significado un desarrollo local en las comunidades receptoras, las organizaciones son percibidas como competencia desleal por las empresas turísticas locales, los turistas solidarios perciben una imagen meramente negativa del país, a partir del marketing de las ONG's y finalmente, INTUR no ejerce ninguna regulación al respecto. En conclusión, el Turismo Solidario podría generar un impacto socioeconómico positivo a largo plazo en la población receptora, pero es indispensable la regulación y gestión a través de los mecanismos correspondientes.

Palabras Clave: Turismo, Solidario, Socioeconómico, Nicaragua.

Cita Recomendada: Hernández, Ryder & Bolaños, Idania. (2018). Efectos socioeconómicos del turismo solidario en el Municipio de León, Nicaragua. *Revista Gestión Turística*, (30) 32-53. ISSN 0717-1811.

SOCIECONOMIC EFFECTS OF SOLIDARITY TOURISM IN THE MUNICIPALITY OF LEÓN, NICARAGUA.

Rydder Enrique Hernández Baca

Departamento de Turismo
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales,
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León
rydderhdez@gmail.com

Idania Mercedes Bolaños Cerda

Departamento de Turismo
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales,
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León
idania@ce.unanleon.edu.ni

Abstract.

The evolution in the travel motivations of tourists has caused a re-conceptualization of some tourism models or the creation of new ones (Flores, 1974), such as Solidarity Tourism. The objective of the study was to analyze the socioeconomic effects of Solidarity Tourism in the municipality of León, Nicaragua, through the evaluation of the role and/or perception of this model, of each of the subjects of study. To do this, INTUR-León and 10 NGOs were interviewed, and solidarity tourists, population and local businessmen were surveyed. The results of the analysis showed that it is not essential to bring groups to the country for the execution of NGO programs; programs that have not meant a local development in the receiving communities, the organizations are perceived as unfair competition by the local tourist companies, the solidarity tourists perceive a merely negative image of the country, based on the marketing of the NGOs and finally INTUR does not regulate NGOs. In conclusion, Solidarity Tourism could generate a long-term positive socioeconomic impact on the recipient population, but regulation and management through the correspondent mechanisms are indispensable.

Key words: Tourism, Solidarity, Socioeconomic, Nicaragua.

Recommended cite Hernández, Rydder & Bolaños, Idania. (2018). Efectos socioeconómicos del turismo solidario en el Municipio de León, Nicaragua. *Revista Gestión Turística*, (30) 32-53. ISSN 0717-1811

Introducción.

Tomando en cuenta lo planteado por Herrero (2003) y Sancho (2007) (citado por Fuentes-Moraleda, Muñoz-Mazón, & Rodríguez-Izquierdo, 2016) se puede definir el Turismo Solidario como: Actividad turística planificada con el fin de ayudar; directa o indirectamente (a través de ONG's), a personas con bajos recursos económicos y/o víctimas de desastres naturales o guerras. Según Jordi Gascón, la implementación del Turismo Solidario en Nicaragua comienza como iniciativa de países europeos para apoyar los movimientos revolucionarios centroamericanos. Sin embargo, después de más de 3 décadas de la revolución y debido a los cambios sociopolíticos y económicos en los países emisores y receptores los objetivos y/o motivaciones fueron cambiando hasta transformarse en una herramienta (de las organizaciones de cooperación para el desarrollo) para generar ingresos y con el fin de facilitar ayuda al desarrollo en países pobres. (Gascón, Morales, & Tresserras, 2013).

El presente trabajo tuvo como objetivo principal analizar los efectos de este modelo de turismo que pretende generar desarrollo en las comunidades empobrecidas, presentando fundamentalmente la perspectiva de un país del sur económico.

Se procuró identificar y enumerar las principales ONG's que ofertan viajes solidarios hacia Nicaragua, determinar en qué consisten los programas de viajes y el motivo por el cual lo ofrecen, así como identificar los efectos que estos programas tienen en la población local y determinar el rol del Instituto Nicaragüense de Turismo (en adelante INTUR) en la regulación de los programas de turismo solidario que implementan estas ONG's.

Además, se pretendió establecer la percepción de los pequeños empresarios locales respecto a los programas de turismo solidario, y por último analizar la imagen de Nicaragua percibida por los turistas solidarios; a través de la publicidad utilizada por las organizaciones.

Metodología.

El desarrollo metodológico se diseñó a partir de las definiciones de métodos, nivel, y diseño propuestas por Hernández (2015), siendo el método general el deductivo; ya que el estudio partió de la observación del crecimiento del número de ONG's que implementan turismo solidario, el método clínico como método

especifico debido a que se estudiaron diferentes variables (ONG's, turistas solidarios, población local, INTUR, pequeños empresarios turísticos) relacionadas al tema, para lograr el análisis de los efectos del turismo solidario, emitir un diagnóstico y proponer soluciones que mejoren la promoción e implementación de este modelo de turismo. Finalmente, fue a nivel exploratorio porque las investigaciones respecto a turismo solidario encontradas están enfocadas desde la perspectiva de los países emisores o solamente centrados en las motivaciones u objetivos de los viajes solidarios y no de la percepción de la población receptora. (López, et al., 2007), (Gascón, J. et al., 2013), (Fuentes-Moraleda et al., 2016). Cabe mencionar que las fuentes primarias de información para este estudio fueron las ONG's, los turistas que reciben estas, la población receptora, los pequeños empresarios locales y el Instituto Nicaragüense de Turismo – INTUR (Oficina de León): utilizando entrevistas para las ONG's e INTUR, encuestas a población local, turistas y empresarios locales.

De igual manera fueron utilizadas fuentes bibliográficas y, electrónicas como fuentes secundarias. Se calculó una muestra para aplicación de instrumentos de acuerdo con modelos encontrados en las fuentes consultadas (Hernández, 2015). Se planteó las problemáticas que se presentan al aplicar los instrumentos, para que así puedan ser tomadas en cuenta en futuras investigaciones, resultando como principales problemáticas: el difícil acceso a información respecto a efectos socioeconómicos del turismo solidario, el acceso a los turistas solidarios en el periodo de estudio y la capacidad de discernimiento de la población en cuanto a los beneficios obtenidos directamente de grupos solidarios y aquellos generados por los proyectos que desarrolla la ONG.

El diseño fue no experimental ya que no se manipularon variables, sino que se tomaron en su estado original, de igual modo fue de cohorte transversal ya que se realizó en un tiempo específico (marzo 10 – abril 10, 2017) para la aplicación de los instrumentos que sustentarían el estudio.

Las fuentes de información primaria fueron:

- Encuesta a los turistas solidarios, población local y prestadores de servicios turísticos, del municipio de León
- Entrevista a representante de las ONG's del municipio de León, que reciben grupos de turistas (misioneros, médicos, entre otros)
- Entrevista a la delegación departamental de INTUR - León.

Las fuentes secundarias fueron:

- Bibliográficas (artículos de revistas científicas, libros, otros).
- Electrónicas.

Debido a que se analizaron diferentes variables, se seleccionó una variedad de poblaciones con sus respectivas muestras: La población de estudio fueron todas las ONG´s que operaban en la ciudad de León.

El muestreo fue no probabilístico, ya que no todas las organizaciones podrían ser parte del estudio debido a que (aunque existe un listado de ONG´s que operan en Nicaragua, no todas operan grupos, además el ente regulador de ONG´s no lo facilita), no se conoce un listado oficial de las ONG´s que ofertan turismo solidario. Asimismo, fue un muestreo por conveniencia, dado que la selección de estas organizaciones estuvo determinada por los conocimientos de los autores en cuanto a ONG´s que reciben turistas; resultando un total de 10 organizaciones no gubernamentales (Ver Tabla 1).

Otra variable que se analizó fueron los habitantes del municipio de León. El muestreo fue probabilístico, ya que cualquier individuo podría formar parte de la muestra, y fue un muestreo aleatorio simple puesto que todos en la población tenían la misma posibilidad de ser seleccionados.

Las zonas urbanas y rurales que se tomaron en cuenta (Ver Tabla 2) estuvieron predeterminadas por los conocimientos de los autores en cuanto a las zonas donde estas organizaciones han estado teniendo incidencia, que aunque existe pobreza en dichas áreas, no coincidían con las zonas más pobres del país según lo presentado por el Instituto Nicaragüense de Desarrollo ,en adelante INIDE, (INIDE, 2008, Pág. 45), coincidiendo con lo planteado por David Harrison: “Sin embargo, involucra necesariamente visitantes de países ricos visitando a los pobres – pero no necesariamente los más pobres – así realizando disparidades en la riqueza e incrementando sus expectativas”. (Harrison, 1992; pág. 2) [traducción propia].

Tabla 1. ONG's parte del estudio.

Nombre de la ONG	Sitio web de la ONG
SuNica	www.sunica.org
Voice of Hope	https://vohope.com/
Living Water	https://www.water.cc/nicaragua
Nicamerican missions	http://www.nicamericanmissions.org/
Global Glimpse	https://globalglimpse.org/
El Ayudante	www.nicamissions.com
Viviendas León	viviendasleon.org
Proyecto Minessotta	http://mn-leon.org/
Just Hope	https://justhope.org/
New Haven	http://newhavenleon.org/

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Barrios / Comunidades Intervenidas.

Urbanos (Barrios)	Rural (Comarcas)
Tomás Borge	Chácara Seca
Rubén Darío	La Ceiba
Sutiaba	San Pedro
Augusto Cesar Sandino	Troilo
Reparto Adiac	Goyena

Fuente: Elaboración propia.

Los prestadores de servicios turísticos fueron otra unidad de estudio que se tomó en cuenta, resultando 180 empresas, según registro de la Oficina de Información Turística de León del año 2014 (inscritos y no inscritos en INTUR).

El muestreo fue no probabilístico, ya que las empresas que podrían estar viéndose beneficiadas o afectadas por la venta de servicios de las ONG's eran todas aquellas empresas que facilitan servicios básicos de alojamiento, alimentos y bebidas, y tour operación. Fue un muestreo por conveniencia ya que se tomó como muestra a las empresas cuya actividad económica sea similar a los servicios que les facilitan estas organizaciones a los turistas solidarios. Dicho de otro modo, se tomaron como muestra: las empresas de A&B (alimentos y bebidas), todas aquellas que ofrecen comida corriente, de las empresas de alojamiento; hostales

y de las Tour operadoras existentes en el municipio de León, que no estuvieran relacionadas a actividades sin fines de lucro (Ver Tabla 3)

Tabla 3. PYMES Turísticas.

Tipo de empresa	Población	Muestra	Nombre de empresa
Comedores	6	6	Café La Rosita, Deja Vu, El Buen Sabor, Asados Pelibuey, San Benito, Sopas San José.
Hostales	32	32	Del Rey, El Albergue, Sin Frontera, Santiago de los Caballeros, The monkey republic, Malinche, Latina, San Sebastián, Colibrí, Fuente Castalia, El Nancite, D´Oviedo, La Clinica, Cerro Negro, Tortuga Booluda, Nicarao, Casa Vieja, America, Clary, Casona Colonial Guest House, Lazy Bones, La clínica, Madrid, Don Raul, La Siesta, León Imperial, Surfing Turtle, El Flamenco.
Tour operadoras	14	7	Hokano Adventures, Julio Tours, Eco Camp Expeditions, Tierra Tour, Karma Nica, Green Pathways, Maribios Tours.

Fuente: Elaboración propia.

Cabe mencionar que las empresas que formaron parte de la muestra del estudio fueron seleccionadas tomando como criterio que fueran empresas que estuviesen ubicadas en la zona urbana de la ciudad de León (que es donde se encuentra los facilitadores de estos servicios), que no fueran parte de una ONG´s o fundación sin fines de lucro. En la Tabla 3 se muestra la población y muestra por tipo de empresa.

Debido a que no existían estadísticas que facilitaran un número de turistas solidarios (específicamente) que visitan el país, se aplicó un instrumento a todo aquel turista que se encontraba en la ciudad de León con alguna ONG al momento del estudio. El muestreo fue probabilístico, ya que todos los turistas tendrían la misma oportunidad de formar parte del estudio. Además, fue un muestreo aleatorio simple puesto que todos los turistas solidarios tendrían la oportunidad de ser encuestados.

Las técnicas utilizadas en el presente estudio fueron entrevistas y encuestas.

Entrevistas, aplicadas a:

- 10 Organizaciones No Gubernamentales que traen grupos extranjeros al municipio de León.
- Al Instituto Nicaragüense de Turismo, INTUR-León.

Encuestas, aplicadas a:

- 150 personas; 50 en la zona urbana y 100 en la zona rural del municipio de León, tomando como referencia la incidencia que las ONG's han tenido en las zonas de estudio.
- 45 empresas turísticas que facilitan los principales servicios turísticos; Alojamiento, A y B, Tour Operación. Siendo servicios similares los que prestan las ONG's a sus turistas.
- 43 turistas Solidarios que se encontraran con alguna ONG's en el periodo de aplicación de instrumentos.

Para la realización de este estudio, se presentaron las siguientes problemáticas o limitantes que se plantean a continuación:

Se encontraron estudios respecto a ONG's y programas de desarrollo, sin embargo, no se encontró información respecto a los impactos socioeconómicos que específicamente involucren el turismo solidario en países en vías de desarrollo.

La obtención de datos sobre las principales organizaciones que ofertan turismo solidario en el municipio de León fue obstaculizada por el difícil acceso a la información en el Ministerio de Gobernación (MIGOB), ente regulador de las asociaciones, fundaciones y organizaciones, respecto a un listado oficial de las ONG's que funcionan en cada municipio del territorio nicaragüense.

No se obtuvo información sobre los contenidos de los programas que oferta una de las organizaciones, (El Ayudante; esta trae al menos 25 grupos por año con un mínimo de participantes de 15 personas) que formó parte de la muestra y que, por experiencia se conoce, que es una de las que más grupos trae a León.

La problemática con la población local fue que se les dificultaba discernir entre los beneficios directos que obtenían a través de turistas solidarios y aquellos beneficios generados por los proyectos o programas que las ONG's llevan a cabo en sus respectivos barrios/comunidades independientemente del turismo.

La dificultad con los empresarios locales fue:

- a. Que muchos de ellos no conocían ninguna ONG que ofertara viajes solidarios.
- b. Quienes conocían alguna organización, se les dificultaba diferenciar Organizaciones no Gubernamentales y tour operadores u otros prestadores de servicios turísticos.
- c. Algunas empresas estaban fuera del área delimitada, unas ya no estaban operando, otras cuyos empresarios no se encontraron o no quisieron brindar información, quedando 20 empresas (entre comedores, hostales y tour operadores) fuera del estudio.

Por último; la principal complicación para la obtención de datos por parte de los turistas solidarios fue el hecho de que no todas las organizaciones entrevistadas tenían grupos al momento del estudio y en algunos casos los programas de sus itinerarios eran muy ocupados, limitando el número de encuestados a 43 turistas de los 81 que se pretendió sería la muestra.

Resultados y discusión.

Partiendo de los resultados encontrados, se puede decir que las organizaciones no gubernamentales, sean civiles o religiosas, cuentan con una cartera de proyectos que no necesariamente implica que deban recibir grupos de turistas para poder llevarlos a cabo o inclusive cumplir con los objetivos que ellos pretenden alcanzar, como: Desarrollo comunitario, trabajo social, combatir la pobreza y sensibilizar a los extranjeros (entre los más mencionados). Pero ¿De qué manera “sensibilizar” a los extranjeros incidirá en un desarrollo comunitario local? El turista viene por cortos periodos de tiempo, pero la comunidad continúa en el mismo sitio y con las mismas problemáticas o con sus problemáticas agravadas, concordando con la experiencia planteada por Schwartz en sus 10 años en Haití; considerado el país más empobrecido en el hemisferio occidental (Schwartz, 2008). A pesar de que uno de los proyectos más mencionados por los organismos entrevistados fue Educación, solamente un 14% de la población local encuestada (21/150 aproximadamente) había alcanzado un nivel académico universitario o técnico, aun cuando estas organizaciones han estado trabajando por, al menos, 15 años en los sitios estudiados. Es por ello que se sugiere dar seguimiento a estas organizaciones ya que en muchas ocasiones pueden implementar acciones que no cumplen con las expectativas o necesidades de la población local e incluso los

resultados de sus proyectos pueden llegar a ser ofensivos o perjudiciales para los pobladores, problemáticas que han sido planteadas por MacAskill (2015), Moyo (2009) y Polak (2008) refiriéndose sus experiencias e investigaciones en países del Sur económico. En algunos casos, aunque sus proyectos estén enfocados en la educación no necesariamente es la educación o desarrollo de las comunidades anfitrionas sino de las comunidades de los visitantes a partir de las experiencias y aprendizaje que estos obtengan en los sitios visitados, así lo plantea la ONG Global Glimpse (s.f.) en su página web: “A quien Servimos:

En 2018, Global Glimpse sirvió a más de 1,000 estudiantes y educadores de secundarias a lo largo del área de la Bahía de San Francisco, Nueva York, Chicago, y el Occidente de Massachusetts.

Creemos que es crítico para los jóvenes de diferentes orígenes reunirse y crear conexiones significativas. Salir de su zona de comodidad y experimentar nuevas cosas juntos ayuda a los estudiantes a entender contextos sociales amplios y tomar acción juntos para mejorar sus comunidades” (Global Glimpse, s.f.) [Traducción propia] Nótese que esta organización es explícita en cuanto a quienes sirven; las comunidades de países desarrollados y no la de los anfitriones.

Las ONG’s analizadas operan en zonas rurales, urbano - marginal y urbanas donde hay un alto índice de pobreza en el municipio de León, sin analizar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades con que cuentan estas poblaciones para plantear sus objetivos y/o proyectos, sino que se basan en su propia percepción sobre las necesidades o carencias que tienen los barrios o comunidades que pretenden intervenir o están interviniendo, esto coincide con lo planteado por el Polak: “Los ‘expertos’ occidentales con poca o ninguna exposición a la comunidad decidirán cómo gastar el dinero”. (Polak, 2009, Pág. 34) [Traducción propia]. De esta manera lo expresó la población, al exteriorizar que la mayoría de las ONG’s han llegado a actuar en sus territorios sin haber sido solicitado por ellos o al menos consultados en cuanto a sus necesidades prioritarias; lo que puede agudizar los impactos socioculturales negativos, e.g. provocar que debido a la diferencia de poder adquisitivo entre visitante y poblador local, este último termina cediendo a satisfacer los deseos del primero para poder suplir una necesidad; aunque no sea prioritaria, Fernández (2011:Pág. 143) hace mención de este fenómeno causado por el turismo de masas cuyos países emisores están en el norte económico y el destino son los países del sur económico.

Estas organizaciones, al traer grupos de turistas, aunque sus actividades no estén ligadas al turismo convencional, facilitan servicios de logística (alojamiento, transporte, alimentación, entre otros) ocasionando una inconformidad a los empresarios locales del sector turismo, ya que los consideran una competencia desleal (24%), esto implica que el crecimiento de estas entidades incrementa la competencia e inseguridad en algunos sectores; en este caso, sucede en el sector turismo, por lo cual las prácticas de las ONG's pueden ser contraproducentes a como lo plantean Cooley y Ron (2002) al aseverar que las ONG's crean competencia no solo entre ellas mismas sino también en el mercado de bienes y servicios, coincidiendo con lo exteriorizado por algunos empresarios turísticos en este estudio. Así mismo, Schwartz comenta sobre esta actividad: “Muchas veces al año él trae grupos de más de cien miembros de iglesia desde E.U., gente del medio oeste quienes han venido a ver la pobreza de Haití y a hacer algo al respecto. Ellos construyen clínicas e iglesias, regalan ropa y evangelizan. Cada visitante paga a Harry \$800 por un viaje de una semana... les da lo que ellos pagaron: degustar la pobreza” (Schwartz 2008, Pág. 130).

Gascón (2009, pág. 68) menciona que en España las ONG's contrataron o se asociaron con agencias de viajes que les facilitaban la logística, lo cual podría considerarse como la estrategia más apropiado para no establecer competencia a empresas turísticas, sin embargo, no es lo que sucede en Nicaragua con las ONG's que operan este modelo de turismo. Por otro lado, esta práctica contraría uno de los principios para turismo sostenible que se planteó en el documento titulado “Beyond the Green Horizon: Principles for sustainable tourism” (Más allá del horizonte verde: Principios para turismo sostenible) que cita textualmente “Apoyar la economía local: turismo que apoya un amplio rango de actividades económicas locales y toma los costos ambientales y valores en consideración así protege esas economías y evita el daño ambiental”. [Traducción propia] (Citado en Edgell, 2006), en otras palabras las ONG's y su implementación de modelos de turismo afecta la sostenibilidad de las comunidades anfitrionas.

Si aun cuando la relación entre comunidades y tour operadoras es meramente comercial, y esto suponga un beneficio para ambos, es muy común que sean las comunidades quienes enfrenten afectaciones negativas como resultado de esa relación (Gascón & Cañadas, 2005, Pág. 31-32), esas afectaciones se agudizan cuando la relación entre organismos y comunidades, supone la obtención de un beneficio únicamente de parte de estas últimas, sin otorgar nada a cambio; pues estas por la gratuidad del beneficio deberán someterse a la disposición de quien lo otorga.

Aunque un 34% de los empresarios estudiados, coincidió en que no les afectan las operaciones de las ONG's; al preguntarles sobre el papel del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) respecto a esta situación, contradictoriamente, un 96% consideró que INTUR debe supervisar y regular el funcionamiento de dichas organizaciones en cuanto al manejo de grupos o ventas de servicios turísticos se refiere. En cambio, INTUR considera que su marco legal no les da competencia para regular a estas entidades, a pesar que las distintas leyes que refieren a turismo (Asamblea Nacional de la República de Nicaragua (en adelante Asamblea Nacional) 2004:Pág.5148) concuerdan en que INTUR es el ente regulador de la actividad turística, principalmente cuando existe una constancia en la actividad, y hay ONG's que reciben un promedio de 12 grupos por año, con un número de participantes por grupo de aproximadamente 20 turistas (totalizando 240 turistas por ONG al año); si la estadía de cada grupo es de 1 semana, esto implicaría una ocupación total, para un hostel pequeño, por 12 semanas al año o en términos económicos un promedio aproximado de US\$840 (Dólares de los Estados Unidos) semanales de ingreso por 12 semanas consecutivas (US\$10,080) solamente en concepto de hospedaje, a razón de 7 dólares por persona por noche x 6 noches, con los grupos de una sola ONG. Debido a que las ONG's contratan directamente con los turistas, esto indica que se trata de turismo receptivo, en conjunto con otras actividades como tour operación, agencia de viajes, alojamiento y transporte, siendo estos los servicios que las ONG's prestan, y los que el INTUR debe regular según la ley 495 Capítulo VIII, artículos 56 y 57(Asamblea Nacional, 2004: Pág. 5154).

Si bien es cierto, las ONG's en su mayoría, expresaron que contratan personal adicional para la atención a grupos, este personal no está ligado al servicio de la industria turística y en algunos casos son solamente una o dos personas. Por otra parte, solamente 3 ONG's mencionaron que ocasionalmente contratan los servicios de alojamiento, transporte, tour operador y/o guía turístico, lo que indica que la mayoría cuenta con sus propias instalaciones y personal para brindar todos los servicios antes mencionados, coincidiendo con un 52% de los empresarios locales que expresaron no brindar sus servicios a ninguna ONG. Y del 48% que sí les han brindado sus servicios, ha sido únicamente en el área de alojamiento y alimentación con muy poca frecuencia, aunque en promedio estos organismos reciben grupos, al menos, cada 2 meses.

Cabe mencionar que en algunos casos, estos empresarios expresaron haber brindado sus servicios a ONG's que no formaron parte del estudio, indicando que hay un número mayor de ONG's trabajando con turistas solidarios sin contar con

ningún tipo de permiso por parte de INTUR, entre las cuales (los empresarios) mencionaron: Living Out Your Faith, Raleigh International, FNE Friends of New England, Alianza Americana, Sobre las alas de las águilas, Arcoíris, Proyecto Hope, 12 Iglesias, Aventura del Mundo, Compasión, Iglesia Cristiana, Peace Corps.

Respecto a las exenciones de impuestos para las ONG's; la Ley 822 – Ley de Concertación Tributaria- , dicta que estas instituciones que son de beneficencia, no deben realizar actividades remuneradas que impliquen una competencia en el mercado de bienes y servicios, de lo contrario; estas no estarán exentas del pago de impuesto por dichas actividades (Asamblea Nacional, 2012: Pág.10.220). Además del Impuesto sobre la renta, las empresas de alojamiento pagan un 2% por ocupación o las tour operadoras deben pagar su licencia de operación anual (por ejemplo), y estas organizaciones prestan sus servicios sin pagar ningún impuesto o tramitar ninguna licencia. Estas son, precisamente, algunas de las razones que generan inconformidad según lo planteado por los empresarios locales.

También dicta la misma ley, que cuando los bienes o servicios son facilitados en Nicaragua, aunque la transacción económica se haga en el exterior (algunas organizaciones son extensiones de organizaciones en otros países); estas deben pagar impuestos sobre la renta así como también deben cumplir con todos los requisitos que implique la legalización de sus funciones de operación.

Todo lo antes mencionado es uno de los efectos económicos más visibles que este tipo de turismo está generando.

La Ley 147 refiere que las ONG's pueden ser multadas o perder su estatus legal si llevan a cabo actividades que no estén relacionadas a la cartera de proyectos que presentan ante el MIGOB, con mayor razón cuando son actividades lucrativas (Asamblea Nacional, 1992: Pág. 1060). Cabe mencionar que algunas de estas ONG's tienen tarifas preestablecidas para la prestación de sus servicios de logística (alojamiento, transporte, otros) en Nicaragua, e incluso esta tarifa va adjunta a la publicidad que presentan en sus sitios web. Por lo tanto el siguiente planteamiento de Gascón: “No es previsible un crecimiento en el número de viajes Solidarios a través de ONGD, ya que estas no tienen ni la estructura, ni los conocimientos, ni cumplen con la legislación” (Gascón, J. 2009: Pág. 58) demuestra que las perspectivas del emisor y receptor son diferentes puesto que en Nicaragua el número de ONG's así como los viajes solidarios han tenido un

aumento significativo en las últimas tres décadas a pesar de que ciertamente las ONG's no tienen ni la estructura, ni los conocimientos, ni cumplen con la legislación para ofertas servicios turísticos.

Se pudo constatar que existen organizaciones que han operado por al menos 15 años en Nicaragua, sumado a estas, otras que se han establecido recientemente, desarrollando la misma dinámica, en los mismos territorios y, muchas veces, con la misma cartera de proyectos que trabajan las ONG's ya existentes, y generalmente sin observarse un efecto socioeconómico que haya generado desarrollo en dicho territorio evidenciando gran similitud con la experiencia de Schwartz en Haití al decir "*los mismos proyectos, a menudo en los mismo lugares, y siempre con el mismo resultado, fracaso*" (Schwartz, 2008, Pág. 71). Además, la población expresó que los grupos que más los visitan consisten en médicos y evangelistas, difiriendo de lo planteado por las ONG's que aducen trabajar más proyectos de desarrollo comunitario. La visita de médicos es para proveer asistencia en zonas rurales, sin embargo, eso no ayuda a mejorar el recurso humano e instalación médico ya existente ocasionando resultados similares a los expresados por Schwartz.

Los programas o actividades del turismo solidario que desarrollan las ONG's, cuyos turistas son en su mayoría (95%) procedentes de los Estados Unidos (EEUU), se enfocan más; según ellos, en entretenimiento y educación, lo cual es contradictorio a los objetivos que se plantean en los proyectos que desarrollan, coincidiendo con lo expresado por la mayoría de los turistas, lo que refieren una imagen de Nicaragua como un país con carencia de salud, educación; esto repercute en la toma de decisiones en cuanto a las actividades que realizan. A como indicaron la mayoría de las ONG's, los extranjeros deciden las actividades a realizar en el país; lo cual puede tener efectos sociales como la devaluación del recurso humano local, disminución de la autoestima al implementar actividades que la población podría desarrollar por sí misma, o incluso por una remuneración (Macaskill, 2015, Pág. 91). Si la publicidad que se brinda está enfocada principalmente en bajos niveles de educación o salud, esto podría ser perjudicial ante inversionistas potenciales para León como destino turístico.

Esa imagen que tenían los turistas sobre Nicaragua cambió después de la primera visita. Para un 34.88% el país estaba mejor que la imagen percibida por la información presentada por la ONG revelando que la información utilizada por las ONG's en la promoción de Nicaragua como destino no está enfocada en los atractivos turísticos o el desarrollo del turismo, implicando perjuicio para la

imagen turística del país. Sin embargo, un 13.95% varió su percepción de forma negativa considerando que la situación del país era peor de lo que ellos habían percibido.

Igualmente indicaron que las ONG's muestran los barrios o comunidades con mayores problemáticas de forma que los turistas comprueben lo que su publicidad destaca. El objetivo principal de la promoción puede estar comprometido con el interés de obtención de fondos para la ONG (Gascón, J. et al., 2013).

Es importante expresar que, a pesar de lo antes planteado, casi el 100% de los turistas reveló que regresaría a hacer lo mismo y los que no, también expresaron estar dispuestos a regresar a Nicaragua, lo que desvela que el interés de estos es el llevar a cabo sus actividades sin cuestionarse los efectos que estas están causando en el país receptor. Consideramos que las motivaciones primordiales de los turistas son en beneficio propio (del viajero) y no de los receptores, de igual manera el enfoque que las ONG's se plantean sobre los viajes solidarios, a como lo señalan los objetivos planteados por la ONG Setem – Catalunya: - Sensibilizar a nuestras sociedades (Sociedad Española) ... (Citado por Gascón 2009. Pág. 53). (Fuentes, et al, 2016), (Araújo Pereira & De Sevilha Gosling, 2017). O con palabras de Macaskill: “La licencia moral muestra que las personas están usualmente más preocupadas sobre dar una buena impresión o sentirse bien en vez de realmente hacer algo bueno” [traducción propia] (Macaskill, 2015, Pág. 180)

Por otra parte, la población exteriorizó que las actividades principales que los turistas realizan en sus respectivas comunidades son: consultas médicas, mejoras de escuela, donaciones de alimentos, construcción de viviendas, entre otras, difiriendo de lo planteado por las ONG's y los turistas solidarios, que aducen que sus proyectos están enfocados en desarrollo comunitario. Esta situación es desacertada ya que estos turistas desempeñan funciones que obstaculizan la mano de obra local al realizar trabajos no remunerados que podrían estar siendo desempeñados por locales, especialmente cuando la tasa de desempleo o el empleo informal es lo que prevalece en el país receptor, sin embargo el enfoque de las ONG's podría sesgarse de manera que estas quieran satisfacer al turista y así obtener gratitud o dicho de otro modo donaciones a como lo plantea MacAskill “La razón principal que ellas (ONG's) usan voluntarios es porque esos voluntarios subsecuentemente donan a la caridad”. (MacAskill, 2015, Pág. 127).

Proveer consultas médicas no mejora ni la calidad ni la infraestructura ni facilita equipo o suministro para desarrollar el recurso humano que permanece en el país una vez que los grupos se van, de igual manera la mejora de infraestructuras escolares tampoco implica desarrollo de la calidad de la educación o reducción de la deserción escolar. Se debe valorar muy detalladamente estas aseveraciones que son también presentadas en el documental Poverty, Inc: fighting poverty is a big business but who profits the most? (Fitzgerald, 2014).

Se debe tomar en cuenta que la mayoría de las ONG's indicó que las actividades o programas que implementan los grupos son sugeridas por dirigentes de la organización (extranjeros) o propuestos por los mismos turistas solidarios y, aunque un 22% lleva a cabo los programas en conjunto (extranjeros y locales), a los locales no les incomoda que “solo les digan qué hacer” ya que ellos solo tratan de obtener un beneficio de las intenciones de ayuda de los grupos. En otras palabras, el nacional se enfocará en la satisfacción del visitante parcializando sus actividades y los objetivos, lo que implica que, debido a la desigualdad socioeconómica entre los turistas solidarios y la población local, esta última cede a las necesidades o demanda de los visitantes a cambio de obtener algo (Fernández, 2011, Pág. 143). Esta situación limita la participación o control local que son clave para el éxito del desarrollo del turismo sostenible a como lo plantea David Edgell. (Edgell, 2006, Pág. 33)

Los efectos sociales que generan las actividades implementadas por las ONG's a través de los turistas solidarios, tienen mayor impacto positivo en ellos mismo que en la población, ya que obtienen un conocimiento de la cultura local, tienen la oportunidad de practicar o aprender el idioma español, entre otros; siendo mínimo el intercambio para la población local, puesto que durante la visita de los grupos las actividades están enfocadas en la cotidianidad de los anfitriones. Estas actividades mayormente son delegadas por las ONG's a las iglesias (cuando son ONG's religiosas), siendo los líderes religiosos los mayores beneficiados económicamente; así lo expresó la población, ya que se sienten excluidos si no son miembros de la congregación que recibe los grupos.

Un gran porcentaje de la población encuestada consideró haber visto mejoras a partir de la llegada de los grupos a sus comunidades, un 84% dijo que la ayuda recibida consistía principalmente en consultas médicas, medicamento, mejoras a escuelas y donaciones de alimentos, lo cual implica un efecto socioeconómico positivo en la población, facilitándoles acceso a la salud y medicina gratuita, instalaciones que les permitan un mejor ambiente de estudios y una contribución

de alimentos que les permite minimizar sus gastos o quizás acceder a productos a los que se les dificulta el acceso; y si bien estas acciones son de beneficio para la población, en su mayoría estos son efectos a corto plazo, lo cual minimiza el desarrollo integral que podría generarse en los territorios, e incluso crean dependencia de los grupos.

Así mismo lo plantea Polak: “Si hay una cosa que ha creado más obstáculos, además de los subsidios, para terminar con la pobreza es la comúnmente noción concebida que puedes con donaciones sacar a las personas de la pobreza. Para salir de la pobreza, los pobres deben invertir su propio tiempo y dinero. El camino para salir de la pobreza está en liberar la energía de los emprendedores del tercer mundo”. [Traducción propia] (Polak, 2009, Pág. 39).

Nótese que a pesar de la percepción de la población en cuanto a los beneficios (antes mencionados), ninguno refiere a un beneficio directo por actividades económicas desarrolladas a partir de la llegada de turistas, además que ninguna de las ONG´s estudiadas contaba con iniciativas o proyectos turísticos en las zonas donde tenían incidencia (proyectos de desarrollo).

Finalmente, según lo planteado por la población en cuanto a la ayuda recibida, se pudo observar que los encuestados están más enfocados en recibir una manutención o donaciones de bienes; que no necesariamente son indispensables (juguetes y ropa), que en el crecimiento de oportunidades o acceso a alternativas adicionales para generar ingresos y ser capaces de suplir sus necesidades por su propio esfuerzo. Lo cual, en cierto modo, concuerda con lo planteado por Polak: “la mayoría de las organizaciones regalan cosas, operan de manera que socaban las fuerzas del mercado sostenible, y edifican sus misiones y sus estrategias para recaudar fondos en torno al buen sentir que obtienes cuando donas algo de valor a una persona pobre que lo necesita”. [Traducción propia] (Polak, 2009, Pág. 196). Esta situación de dependencia se encuentra en todos los niveles y afecta a todos los sectores económicos a como se expresa en el documental Poverty, Inc. que trata las afectaciones de la ayuda internacional y sus mecanismos de acción (Miller y Fitzgerald, 2014). Schwartz (2008) comenta que la población en Haití, por ejemplo, añoraba poder contar con su propio centro de distribución de alimentos o su orfanato para salir de la pobreza y no necesariamente para ayudar a generar desarrollo.

Conclusiones.

Con la realización de este estudio y luego de haber aplicado diversos instrumentos a diferentes actores, se determinó que; si bien todas las ONG's estudiadas ofertan Turismo Solidario (a excepción de Proyecto Minnesota), las principales ONG's que ofertan este tipo de turismo, basado en el número de grupos recibidos anualmente, resultaron ser: Living Water (42 grupos), Just Hope (23 grupos) y Voice of Hope (14 grupos). Todas con base en Estados Unidos de América.

Respecto a los contenidos de los programas que las organizaciones ofertan al promover el Turismo Solidario para el municipio fueron: proveer consultas médicas, construcción, entretenimiento, proyectos de agua e intercambio cultural, teniendo como finalidad el desarrollo comunitario, el intercambio de experiencia, construcción/mantenimiento, evangelismo, dar a conocer los proyectos que la ONG está implementando o quiere implementar. Ya que Gascón comenta como los “operadores turísticos pueden manipular a las comunidades debido al temor que los turistas sean llevados a otros sitios con oferta similar (Gascón, 2005), se debe tomar en cuenta que es mucho más complejo con las ONG's que organizan viajes solidarios ya que, las comunidades, no solo se verán amenazadas con que los turistas sean llevados a otros sitios sino que también los proyectos que esas ONG's están implementando; aunque no tengan relación con el sector turismo (Salud, Educación, otros).

De igual manera, habiendo estudiado y analizado los efectos socioeconómicos generados por la práctica del turismo solidario en el municipio de León, los principales efectos positivos tanto sociales como económicos resultaron ser: la atención médica y donación de medicinas, el acceso al agua, mejora de infraestructuras escolares (lo cual no implica mejora en la educación), provisión de alimentos y becas escolares, sin embargo estos efectos están vinculados a los proyectos o programas de las ONG's ajenos al Turismo Solidario. Los principales efectos negativos identificados fueron: Devaluación del recurso humano, competencia desleal para empresarios locales, evasión de impuestos y dependencia por parte de la población hacia los extranjeros. Cabe mencionar que si existen efectos socioeconómicos positivos estos han sido a corto plazo y no han facilitado mayores oportunidades ni nuevas alternativas para un cambio a largo plazo y/o auto sostenible, ni han apuntado al desarrollo.

A través de la entrevista realizada al Instituto Nicaragüense de Turismo para conocer sobre el papel que juega de cara a la regulación del funcionamiento de los programas de turismo solidario que implementan las ONG's, la entidad alegó

que el marco legal de la institución no les faculta para la regulación de las ONG's, sino que le compete al Ministerio de Gobernación (MIGOB), no obstante el marco legal dicta que INTUR debe regular a toda persona natural o jurídica que brinde cualquier tipo de servicio a turistas. Aunque no fuera de su competencia la regulación de los programas, sí lo es la regulación de los servicios brindados a los turistas, la legalización de las ONG's como facilitadores de servicios y la supervisión de la actividad de turismo receptivo que estas implementan.

Por otro lado, los empresarios locales consideraron que estas Organizaciones deberían ser supervisadas y reguladas por INTUR, ya que al no ser supervisadas ni reguladas; aunque ofertan viajes a los países donde llevan a cabo sus proyectos, implica que esas ONG's no incurren en costos de legalización, o pago de algunos impuestos en que, si asumen los empresarios, representando una competencia desleal. Así mismo es recomendable reconceptualizar turismo solidario de modo que existan empresas turísticas y población local que sirvan como canal para que las ONG's den a conocer sus proyectos; si este es el fin de dichas organizaciones.

Finalmente, los turistas solidarios tienen una percepción de Nicaragua como un país con muchas deficiencias en la salud y educación, principalmente, y tan solo un mínimo porcentaje de estos turistas ven a Nicaragua como un destino turístico, lo que permitió intuir que la imagen que estas ONG's facilitan en la promoción de Nicaragua como destino es negativa y la promoción de los atractivos turísticos no es una de sus prioridades, a pesar de que incluso la Organización Mundial del Turismo (2017) cuenta con la iniciativa ST-EP (Turismo Sostenible para Eliminar la Pobreza, en su traducción del inglés) que trata de implementar el turismo como herramienta para combatir la pobreza. “Nicaragua tiene uno de los más altos grados de inequidad de ingreso en el mundo. 82.3% de la población vive en extrema pobreza — con menos de US\$1 por día — y muchas áreas rurales la pobreza es mucho peor”). (Just Hope, s.f.) [Traducción propia]

Referencias

Araújo Pereira, Gisele y de Sevilha Gosling, Marlusa, LOS VIAJEROS Y SUS MOTIVACIONES. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. Estudios y Perspectivas en Turismo (Argentina). [online]. Enero 2017, no 1. [citado 20 de Marzo 2017] p.62-85. Disponible en la World Wide Web: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180749182004>

Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua. 19 de Marzo de 1992. Ley General de Personas Jurídicas Sin Fines de Lucro. [Ley número 147]

DO: La Gaceta. [online] [citado 25 Marzo 2017] Disponible en:
[http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/%28\\$All%29/F16E39766C5C7AFE062570A100577C41?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/%28$All%29/F16E39766C5C7AFE062570A100577C41?OpenDocument)

Asamblea Nacional de la República de Nicaragua. 22 de septiembre de 2004. Ley General de Turismo. [Ley número 495] DO: La Gaceta [online]. [citado 15 marzo 2017] Disponible en la World Wide Web:
http://www.poderjudicial.gob.ni/pjupload/spenal/pdf/2004_ley495.pdf

Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua. 30 de noviembre de 2012. Ley de Concertación Tributaria. [Ley número 241] DO: La Gaceta [online]. [citado 15 Marzo de 2017] Disponible en:
http://www.dgi.gob.ni/documentos/GACETA_241_Ley_822_Ley_de_Concert._Tributaria.pdf

Cooley, Alexander y Ron, James. The NGO scramble: organizational insecurity and the political economy of the transnational actors. *Mitpressjournals* [online]. Summer 2002. no 1, [citado 02 de Abril 2017] p. 5-39 Disponible en la World Wide Web:
http://www.belfercenter.org/sites/default/files/files/publication/cooley_ron_v27n1.pdf

Edgell, D. (2006) *Managing Sustainable tourism: A legacy for the future*. Estados Unidos: The Haworth Press Inc.

Fernández, R. (2011) *Viajar perdiendo el Sur – Crítica del turismo de masas en la globalización*. España: Ecologistas en acción.

Flores, Miguel. Las motivaciones turísticas. *Estudios Turísticos* [online]. 1974, no 43, [citado 13 Abril 2017] p. 91-114. Disponible en la World Wide Web:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2210006>. ISSN 0423-5037

Fuentes-Moraleda, Laura, Muñoz-Mazón, Ana, Rodríguez-Izquierdo, Sara, El Turismo Solidario Como Instrumento De Desarrollo: Un Estudio De Caso Para Analizar Las Principales Motivaciones De Los Turistas Solidarios. *Cuadernos de Turismo* [online]. 2016, no 37, [citado Abril 22 2017] p. 227-242 Disponible en la World Wide Web:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39845353010> ISSN 1139-7861 eISSN: 1989-4635

- Gascón Gutiérrez, J (2013) (ed. lit.), Soledad Morales Pérez (ed. lit.), Jordi Tresserras (ed. lit.) Cooperación en turismo: Nuevos desafíos, nuevos debates [online]. 2013, [citado 22 abril 2017] p. 85-105. Disponible en la World Wide Web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=563817> . ISBN: 978-84-617-0723-2
- Gascón, J. & Cañadas, E. (2005): Viajar a todo tren. España: Icaria Editorial S.A.
- Gascón, J. (2009) El Turismo en la Cooperación Internacional: de las Brigadas Internacionalistas al Turismo Solidario. España: Icaria Editorial S.A.
- Global Glimpse (s.f.) Our impact: Who we serve. [Traducción propia] Disponible en la World Wide Web: <https://globalglimpse.org/global-glimpse-impact/who-we-serve>
- Harrison, D. (1992) Tourism & the less developed countries (1995). England: John Wiley & Sons Ltd.
- Hernández, R., Fernández C., Baptista, P. (2015) Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Herrero, M.D. (2003): Turismo Solidario. Marco de Aproximación. Diploma Estudios Avanzados en Turismo. Madrid, España
- Instituto Nacional de Información de Desarrollo – INIDE. León en cifras. Marzo 2008 [citado abril 25 2017] Disponible en la World Wide Web: <http://www.inide.gob.ni/censos2005/CifrasMun/Leon/LEON.pdf>
- Just Hope. (s. f.) About Nicaragua [Traducción propia] Disponible en la World Wide Web: <https://justhope.org/about/Nicaragua>
- López-Guzmán Guzmán, Tomás J., Millán Vázquez de la Torre, Genoveva, Melián Navarro, Amparo, TURISMO SOLIDARIO. Una perspectiva desde la Unión Europea. Gestión Turística [on line] 2007, no 8. [citado abril 30 2017] p. 85-104 Disponible en la World Wide Web: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223314983007> . ISSN 0717-1811
- MacAskill, W. (2015) Doing Good Better. England: Guardian books.

- Miller, M., Fitzgerald, J. (Productores), Miller, M. (Director) (2014) Poverty, Inc. Fighting Poverty is a big business but who profits the most?. [Documental] Estados Unidos: Povertycore – Action Media – Coldwater Media.
- Moyo, D. (2009) Dead Aid. Estados Unidos: Farrar, Straus and Giroux.
- Organización Mundial del Turismo. Tourism and Poverty Alleviation. [citado 01 de Mayo 2017] Disponible en la World Wide Web: <https://step.unwto.org/>
- Polak, P. (2008) Out of poverty: What Works When Traditional Approaches Fail. Estados Unidos: Barrett-Koehler Publisher, inc.
- Sancho, A. (2007): Turismo y Desarrollo. Ponencia en las Jornadas Internacionales de Turismo Justo: Un reto para el desarrollo. Universidad de Valencia.
- Schwartz, T. (2008) Travesty in Haity. Estados Unidos: BookSurge Publishing.