UNIVERSIDAD CENTRAL DE NICARAGUA

"Agnitio Ad Verum Ducit"

-

Diseño de proyecto de investigación (enfoque cuantitativo):

Título:

Condiciones de accesibilidad turística y su incidencia en la calidad de la experiencia de los visitantes de los Termales de Tipitapa, como destino emergente de turismo de bienestar, mayo-septiembre 2026.

Autor (es): Lic. Georgina Teresa Velázquez Canda

Institución (es): Universidad Central de Nicaragua

Fecha de Presentación: 16 de junio 2026

MANAGUA – NICARAGUA

Junio 2026

Índice.

1. Contenido

6. Introducción 6
6.1 . Antecedentes y contexto del problema. 8
6.2. Objetivos (General y específicos) 11
1. Objetivo General. 11
2. Objetivos Específicos. 11
6.3. Preguntas de Investigación. 12
Pregunta General 12
Preguntas Especificas. 12
6.4. Justificación 13
6.5. Limitaciones 16
6.6. Hipótesis 19
Hi: 19
Ho: 19
6.7. Variables 20
6.8. Marco Contextual. 23
Contexto nacional del turismo en Nicaragua 23
Turismo recreativo, de bienestar y aprovechamiento de recursos termales 26
Papel institucional en el desarrollo turístico 27
Importancia turística del municipio de Tipitapa 28
Caracterización del Centro Turístico Los Termales . 28
7. Marco Teórico 30

Turismo como fenómeno económico, social y territorial..... 30
7.1. Estado del Arte..... 33
Accesibilidad turística y experiencia del visitante 33
Satisfacción y experiencia en destinos termales y de bienestar..... 34
Vacío de conocimiento 35
7.2. Teorías y conceptualizaciones asumidas..... 36
Economía de la experiencia 36
Calidad del servicio 36
Satisfacción y desconfirmación de expectativas..... 37
Turismo accesible..... 37
Turismo de bienestar y recursos termales..... 37
Relación teórica entre las variables..... 38
Conceptos asumidos 38
8. Métodos (Diseño) 39
8.1. Tipo de investigación. 39
8.2. Población y selección de la muestra..... 39
8.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... 41
Cuestionario de condiciones de accesibilidad y calidad de la experiencia (Anexo A) 41
Guía de observación estructurada (Anexo B)..... 41
Puntuación e interpretación 42
8.4. Confiabilidad y validez de los instrumentos..... 43

8.5. Procedimiento para el procesamiento de datos y análisis de datos. 45
9. Resultados..... 47
Objetivo específico 1: condiciones de accesibilidad turística percibidas..... 48
Objetivo específico 2: calidad de la experiencia percibida 50
Objetivo específico 3: relación entre accesibilidad turística y calidad de la experiencia..... 52
10. Conclusiones..... 57
10.4. Recomendaciones..... 57
Líneas futuras de investigación . **¡Error! Marcador no definido.**
11. Referencias. 59
12. Anexos o Apéndices..... 62
Anexo A. Cuestionario de condiciones de accesibilidad turística y calidad de la experiencia ... 62
Anexo B. Guía de observación estructurada de condiciones de accesibilidad 65
Anexo C. Matriz de consistencia 66
Anexo D. Validación de contenido por juicio de expertos (CVR de Lawshe)..... 67
Anexo E. Medias y desviaciones estándar por ítem (datos ilustrativos) 68
Anexo F. Convergencia y divergencia de los hallazgos con los antecedentes..... 69

6. Introducción

El turismo constituye uno de los sectores económicos y sociales de mayor crecimiento a nivel mundial, debido a su capacidad para generar empleo, dinamizar las economías y promover el desarrollo local. Según ONU Turismo (2024), el turismo internacional alcanzó una recuperación significativa después de la pandemia, fortaleciendo su importancia dentro del desarrollo sostenible de los países. En este contexto, el turismo de bienestar ha adquirido gran relevancia dentro de las nuevas tendencias turísticas. Los viajeros actuales buscan experiencias relacionadas con la relajación, la salud, el contacto con la naturaleza y el equilibrio emocional. Estas preferencias han impulsado el crecimiento de destinos enfocados en el bienestar integral de los visitantes. Paralelamente, la accesibilidad turística se ha convertido en un elemento fundamental para garantizar un turismo inclusivo y de calidad. La accesibilidad implica la eliminación de barreras físicas y la adaptación de servicios, infraestructura y señalización para todas las personas. Esto permite que los destinos turísticos sean más competitivos y sostenibles.

La calidad de la experiencia turística se relaciona estrechamente con las condiciones de accesibilidad presentes en un destino. Aspectos como la movilidad, la comodidad, la seguridad y la atención adecuada influyen directamente en la satisfacción de los visitantes. Investigaciones recientes destacan que la percepción positiva del destino depende de la funcionalidad y accesibilidad de sus servicios.

En Nicaragua, los destinos emergentes de turismo de bienestar representan una oportunidad para fortalecer el desarrollo turístico sostenible. Entre ellos destacan los Termales de Tipitapa, ubicados en Managua, reconocidos por su potencial recreativo y terapéutico asociado a las aguas termales. Sin embargo, aún existen desafíos relacionados con la infraestructura y la accesibilidad turística.

Por ello, la presente investigación tiene como finalidad analizar las condiciones de accesibilidad turística y su incidencia en la calidad de la experiencia de los visitantes de los Termales de Tipitapa. El estudio busca contribuir al fortalecimiento del turismo sostenible, inclusivo y accesible en Nicaragua, mediante la generación de conocimientos útiles para el sector turístico.

6.1. Antecedentes y contexto del problema.

En las últimas décadas, la accesibilidad turística ha adquirido una importancia creciente dentro de la planificación y gestión de destinos turísticos sostenibles. Organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo señalan que la accesibilidad constituye un elemento fundamental para garantizar la igualdad de oportunidades, mejorar la satisfacción de los visitantes y fortalecer la competitividad de los destinos. Asimismo, la calidad de la experiencia turística se ha convertido en uno de los principales indicadores para evaluar el desempeño de los destinos, debido a su influencia en la satisfacción, la recomendación y la intención de retorno de los visitantes.

Paralelamente, el turismo de bienestar continúa posicionándose como uno de los segmentos de mayor crecimiento a nivel mundial, impulsado por la búsqueda de experiencias relacionadas con la relajación, el contacto con la naturaleza y el mejoramiento de la salud física y emocional. En este contexto, las condiciones de accesibilidad turística representan un factor clave para garantizar experiencias positivas y memorables en los destinos especializados en bienestar.

En Nicaragua, el turismo constituye una actividad estratégica para el desarrollo económico, social y territorial. El país cuenta con una diversidad de recursos naturales, culturales y recreativos que favorecen el desarrollo de distintas modalidades turísticas, entre ellas el turismo de bienestar. Sin embargo, el fortalecimiento de los destinos turísticos requiere la implementación de acciones orientadas a mejorar la accesibilidad, la infraestructura, la calidad de los servicios y la experiencia de los visitantes.

La Política y Agenda Nacional de Investigación e Innovación 2025-2027 promueve el desarrollo de investigaciones orientadas a la innovación, la sostenibilidad y el fortalecimiento de sectores productivos estratégicos, entre ellos el turismo. Desde esta perspectiva, resulta necesario generar evidencia científica que permita comprender los

factores que influyen en la experiencia de los visitantes y contribuyan al diseño de estrategias para mejorar la competitividad de los destinos turísticos emergentes.

Diversos destinos turísticos nicaragüenses enfrentan desafíos relacionados con la accesibilidad vial, la señalización, la disponibilidad de información turística y la adecuación de espacios para diversos tipos de visitantes. Estas condiciones pueden influir en la percepción que tienen los turistas sobre la calidad de su experiencia durante la visita.

Los Termales de Tipitapa constituyen un destino emergente de turismo de bienestar con potencial para atraer visitantes nacionales y extranjeros interesados en actividades de relajación y recreación en entornos naturales. Sus características naturales representan una oportunidad para diversificar la oferta turística del municipio y contribuir al desarrollo económico local.

No obstante, durante la temporada de invierno se ha observado una menor afluencia de visitantes al centro turístico. Aunque diversos factores podrían influir en esta situación, resulta pertinente analizar las condiciones de accesibilidad turística del destino, considerando aspectos como el acceso vial, la señalización, la disponibilidad de información, la movilidad dentro de las instalaciones y la infraestructura de apoyo al visitante.

Estas condiciones pueden estar relacionadas con la percepción que los turistas desarrollan sobre la calidad de su experiencia durante la visita. Una experiencia positiva favorece la satisfacción, la recomendación del destino y la intención de retorno, mientras que las dificultades de acceso o movilidad pueden afectar negativamente la valoración general del lugar.

A pesar de la importancia de estos elementos para el desarrollo del turismo de bienestar, se dispone de escasa información científica que permita comprender la relación existente

entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes en los Termales de Tipitapa. Esta situación limita la formulación de estrategias basadas en evidencia para fortalecer la competitividad y sostenibilidad del destino.

Por lo anterior, surge la necesidad de investigar la relación entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes de los Termales de Tipitapa durante el período mayo-septiembre de 2026.

6.2. Objetivos (General y específicos)

1. Objetivo General.

Analizar la relación estadísticamente significativa entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes de los Termales de Tipitapa durante el período mayo-septiembre de 2026.

2. Objetivos Específicos.

Identificar las condiciones de accesibilidad turística percibidas por los visitantes nacionales y extranjeros que acuden a los Termales de Tipitapa durante el período mayo-septiembre de 2026.

Evaluar la calidad de la experiencia percibida por los visitantes de los Termales de Tipitapa durante el período de estudio.

Determinar la relación entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes de los Termales de Tipitapa.

6.3. Preguntas de Investigación.

Pregunta General

¿Cuál es la relación entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes de los Termales de Tipitapa durante el período mayo-septiembre de 2026?

Preguntas Especificas.

¿Cuáles son las condiciones de accesibilidad turística percibidas por los visitantes nacionales y extranjeros que acuden a los Termales de Tipitapa durante el período mayo-septiembre de 2026?

¿Cuál es el nivel de calidad de la experiencia percibida por los visitantes de los Termales de Tipitapa durante el período mayo-septiembre de 2026?

¿Qué relación existe entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes de los Termales de Tipitapa durante el período mayo-septiembre de 2026?

6.4. Justificación

La presente investigación, titulada "Condiciones de accesibilidad turística y su relación con la calidad de la experiencia de los visitantes de los Termales de Tipitapa", surge de la necesidad de generar conocimientos científicos que contribuyan al fortalecimiento de este destino emergente de turismo de bienestar y al desarrollo sostenible de la actividad turística en Nicaragua. En un entorno cada vez más competitivo, la accesibilidad turística constituye un factor fundamental para garantizar experiencias satisfactorias, seguras e inclusivas, influyendo directamente en la percepción, satisfacción y fidelización de los visitantes.

La importancia de este estudio radica en que los Termales de Tipitapa poseen un significativo potencial turístico debido a sus recursos naturales y a las oportunidades que ofrecen para el turismo de bienestar. Sin embargo, se ha observado una menor afluencia de visitantes durante determinadas épocas del año, especialmente en la temporada de invierno, situación que hace necesario analizar aquellos factores que podrían estar asociados con la calidad de la experiencia turística. En este sentido, conocer la relación entre las condiciones de accesibilidad turística y la experiencia de los visitantes permitirá disponer de información relevante para la mejora continua de los servicios y del destino en general.

Asimismo, la investigación presenta un aporte novedoso al abordar una temática poco estudiada en el contexto turístico nicaragüense. Aunque existen investigaciones relacionadas con satisfacción turística, calidad de los servicios y desarrollo de destinos, son limitados los estudios que analizan la relación entre accesibilidad turística y calidad de la experiencia en destinos de turismo de bienestar. Particularmente, no se identifican antecedentes específicos centrados en los Termales de Tipitapa, lo que evidencia un vacío

de conocimiento que esta investigación pretende contribuir a reducir mediante la generación de evidencia empírica obtenida directamente de visitantes nacionales y extranjeros.

Desde el punto de vista práctico, los resultados permitirán identificar fortalezas y oportunidades de mejora relacionadas con aspectos como los accesos al destino, la señalización turística, la disponibilidad de información, la movilidad interna y otros elementos que inciden en la experiencia del visitante. Esta información podrá ser utilizada por los administradores del centro turístico, autoridades locales y actores vinculados al sector para diseñar estrategias orientadas a mejorar la calidad de los servicios, incrementar la satisfacción de los visitantes y fortalecer el posicionamiento de los Termales de Tipitapa como destino de turismo de bienestar. De igual manera, los hallazgos podrán contribuir a la formulación de acciones que favorezcan una mayor afluencia turística durante todo el año, promoviendo la sostenibilidad económica del destino y generando beneficios para la comunidad local.

En el ámbito metodológico, la investigación aportará información científica sobre la relación existente entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes mediante la aplicación de un enfoque cuantitativo, con alcance correlacional y diseño no experimental de corte transversal. La utilización de instrumentos estructurados permitirá obtener datos objetivos y confiables, contribuyendo al fortalecimiento del conocimiento científico en el área de turismo y constituyéndose en un referente para futuras investigaciones relacionadas con accesibilidad turística, turismo de bienestar, satisfacción del visitante y calidad de los servicios turísticos.

Por otra parte, este estudio se encuentra alineado con la Política y Agenda Nacional de Investigación e Innovación de Nicaragua 2025-2027, particularmente con los ejes orientados al fortalecimiento de los sectores socio productivos, la innovación territorial, el

desarrollo sostenible y la generación de conocimiento para mejorar la competitividad de actividades estratégicas como el turismo. La investigación contribuirá a la producción de evidencia científica que favorezca la toma de decisiones y el diseño de estrategias para el desarrollo de destinos turísticos sostenibles e inclusivos.

De igual forma, la investigación se vincula con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, especialmente con el ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, al promover el fortalecimiento del turismo como generador de empleo y oportunidades económicas; el ODS 9: Industria, innovación e infraestructura, mediante la valoración de elementos relacionados con la accesibilidad y la mejora de la infraestructura turística; y el ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles, al fomentar espacios turísticos más accesibles, inclusivos y sostenibles para residentes y visitantes.

En consecuencia, la investigación resulta pertinente tanto por su aporte científico como por su utilidad práctica, al proporcionar información que permitirá comprender mejor la realidad de los Termales de Tipitapa, fortalecer su competitividad como destino emergente de turismo de bienestar y contribuir al desarrollo turístico sostenible de Nicaragua.

6.5. Limitaciones

La presente investigación presenta algunas limitaciones que deben ser consideradas al momento de interpretar los resultados obtenidos. Estas limitaciones delimitan el alcance del estudio y constituyen oportunidades para el desarrollo de futuras investigaciones en el ámbito del turismo accesible y la experiencia del visitante.

En el ámbito metodológico, una de las principales limitaciones está relacionada con la recolección de información durante el período comprendido entre mayo y septiembre de 2026, correspondiente a la temporada de invierno. Las condiciones climáticas propias de esta época influyen en la cantidad de visitantes que acuden a los Termales de Tipitapa, lo que reduce el flujo turístico en determinados momentos y limita la disponibilidad de participantes para el estudio. Esta situación puede afectar la diversidad de opiniones recopiladas y la representatividad de algunos segmentos de visitantes. Para superar esta limitación, futuras investigaciones pueden ampliar el período de recolección de datos e incluir tanto temporada alta como temporada baja, permitiendo realizar comparaciones entre diferentes momentos del año.

Otra limitación metodológica está asociada al uso de encuestas como principal instrumento de recolección de información. Aunque este instrumento permite obtener datos cuantificables sobre las variables estudiadas, las respuestas dependen de la percepción individual de los visitantes en el momento de la aplicación. Factores como las expectativas previas, las experiencias personales y las motivaciones de viaje pueden influir en las valoraciones emitidas. Para fortalecer la validez de los resultados, futuras investigaciones pueden complementar las encuestas con observaciones directas de las condiciones de accesibilidad y entrevistas que permitan profundizar en la comprensión de los hallazgos obtenidos.

Asimismo, el estudio se centra exclusivamente en visitantes nacionales y extranjeros que acuden a los Termales de Tipitapa. En consecuencia, no se incorpora la percepción de otros actores relevantes, como administradores del centro turístico, colaboradores, autoridades municipales o representantes del sector turístico local. Esta situación limita el análisis integral de las condiciones de accesibilidad desde una perspectiva de gestión del destino. Por ello, futuras investigaciones pueden incluir diferentes grupos de interés para obtener una visión más amplia y contextualizada del fenómeno estudiado.

En cuanto a las limitaciones de alcance, la investigación se desarrolla únicamente en los Termales de Tipitapa, por lo que los resultados reflejan las características particulares de este destino turístico y no pueden generalizarse de manera directa a otros centros termales o destinos de turismo de bienestar de Nicaragua. Factores como la ubicación geográfica, la infraestructura disponible, la oferta de servicios y el perfil de los visitantes pueden variar significativamente entre destinos. En este sentido, futuras investigaciones pueden realizar estudios comparativos en diferentes centros turísticos para ampliar la comprensión del fenómeno y fortalecer la capacidad de generalización de los resultados.

Además, la investigación analiza exclusivamente la relación entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes. Sin embargo, la experiencia turística es un fenómeno complejo que también puede estar influenciado por variables como la calidad de los servicios, la atención al cliente, la seguridad, la oferta de actividades recreativas, la gastronomía, los precios y las estrategias de promoción turística. La exclusión de estas variables limita la comprensión integral de los factores que influyen en la experiencia del visitante. Por ello, futuras investigaciones pueden incorporar modelos de análisis más amplios que incluyan múltiples variables explicativas.

Desde la perspectiva teórica, se identifica una limitada disponibilidad de investigaciones nacionales relacionadas con accesibilidad turística y calidad de la experiencia en destinos de turismo de bienestar, particularmente en centros termales nicaragüenses. Esta situación restringe la posibilidad de contrastar los resultados con estudios desarrollados en contextos similares y obliga a recurrir principalmente a literatura internacional. Aunque estos antecedentes aportan fundamentos importantes para el estudio, las diferencias sociales, económicas y turísticas entre contextos pueden influir en la interpretación de los resultados. En consecuencia, se considera necesario fortalecer la producción científica nacional sobre turismo accesible, turismo de bienestar y experiencia del visitante para ampliar el conocimiento disponible en esta área.

Finalmente, debido a que la investigación adopta un diseño cuantitativo correlacional de corte transversal, los resultados permiten identificar la existencia de relaciones entre las variables estudiadas, pero no establecer relaciones de causalidad. Por tanto, los hallazgos deben interpretarse como asociaciones estadísticas y no como efectos directos entre las variables analizadas. Para superar esta limitación, futuras investigaciones pueden emplear diseños longitudinales o enfoques explicativos que permitan profundizar en la comprensión de las relaciones existentes entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes.

6.6. Hipótesis

Hi:

Existe una relación directa y estadísticamente significativa entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes de los Termales de Tipitapa durante mayo–septiembre de 2026.

Ho:

No existe relación estadísticamente significativa entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes de los Termales de Tipitapa durante el período mayo–septiembre de 2026.

6.7. Variables

V1 — Condiciones de accesibilidad turística (variable independiente)

Definición conceptual: Conjunto de características, facilidades y mecanismos físicos, comunicacionales, económicos y operativos del destino y su entorno, que permiten a toda persona —sin distinción de condición motriz, sensorial, etaria o socioeconómica— llegar, desplazarse, comprender y disfrutar de la oferta turística con seguridad, comodidad y autonomía (adaptado de OMT; Darcy y Dickson, 2009).

Definición operacional: Puntaje promedio obtenido en una escala de percepción de accesibilidad aplicada a visitantes nacionales y extranjeros (Likert 1–5), contrastado con una guía de observación estructurada del destino. Se expresa como puntaje global (0–100) y por dimensiones.

Dimensión	Indicadores	Instrumento / escala
1. Acceso vial y transporte	Estado y transitabilidad de la vía de acceso (incl. época lluviosa); frecuencia y disponibilidad de transporte público; distancia-tiempo desde centros urbanos; señalización vial previa	Likert 1–5 (percepción) + checklist de observación
2. Infraestructura física interna	Pasillos y rampas en buen estado; estacionamiento y espacios reservados; sanitarios adaptados y áreas de descanso; estado de piscinas; seguridad en desplazamientos	Likert 1–5 + checklist
3. Información y señalización	Señalética informativa/interpretativa (claridad, pictogramas); información previa sobre precios, horarios y características del lugar; calidad de la información digital; medios alternativos (braille, audio, visual)	Likert 1–5 + revisión de contenido digital
4. Accesibilidad económica	Tarifas de ingreso y servicios complementarios; tarifas diferenciadas (tercera edad, estudiantes); relación costo–beneficio percibido	Likert 1–5
5. Servicios de apoyo al visitante	Personal disponible y capacitado para atención inclusiva; servicios de información, taquillas y primeros auxilios; horarios de atención y articulación con transporte	Likert 1–5 + observación

V2 — Calidad de la experiencia de los visitantes (variable dependiente).

Definición conceptual: Valoración global y multidimensional que el visitante elabora sobre el conjunto de servicios, vivencias e interacciones percibidas durante su estancia, como resultado de la comparación entre sus expectativas previas y lo efectivamente recibido; integra componentes cognitivos (calidad percibida) y afectivos (satisfacción y bienestar) (Pine y Gilmore, 1998; Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988).

Definición operacional: Puntaje promedio obtenido en un cuestionario estructurado post-visita (Likert 1–5), organizado en cuatro dimensiones, con la satisfacción global como índice resumen.

Dimensión	Indicadores	Instrumento / escala
1. Satisfacción general	Satisfacción global; cumplimiento de expectativas; valoración general del destino	Likert 1–5
2. Calidad percibida del servicio	Trato y atención del personal; limpieza e higiene; seguridad percibida; estado y mantenimiento de instalaciones	Escala tipo SERVQUAL adaptada (Likert 1–5)
3. Experiencia de bienestar	Nivel de relajación y descanso; percepción de beneficios físicos y emocionales del agua termal; sensación de disfrute y desconexión	Likert 1–5
4. Intención de comportamiento	Disposición a recomendar; intención de retorno; difusión positiva en redes	Likert 1–5 + ítem NPS (0–10)

6.8. Marco Contextual.

Contexto nacional del turismo en Nicaragua

Nicaragua posee condiciones naturales, culturales y territoriales que favorecen el desarrollo de diferentes modalidades turísticas, entre ellas el turismo de naturaleza, recreativo, cultural y de bienestar. La diversidad de paisajes, recursos hidrológicos, áreas protegidas, volcanes, playas, ciudades históricas y manifestaciones culturales constituye una base para la diversificación de la oferta turística nacional y para la generación de actividades económicas vinculadas con la movilidad de visitantes.

En este contexto, el turismo representa una actividad relevante dentro de la economía nacional. De acuerdo con información divulgada por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), durante 2025 la actividad turística generó un valor agregado de 39,245.7 millones de córdobas, equivalente al 5.4 % del valor agregado total de la economía. Asimismo, el consumo turístico interno alcanzó 66,004.7 millones de córdobas, registrando un incremento interanual de 14.6 %. Estos indicadores evidencian la importancia del turismo interno como componente de la dinámica turística del país.

La relevancia del turismo nacional también se manifestó durante 2026. Según INTUR, durante la Semana Santa de ese año se movilizaron 5,806,819 veraneantes en el territorio nacional, de los cuales 4,123,365 visitaron 1,570 sitios turísticos. Entre los departamentos con mayor afluencia se encontró Managua, con 668,437 visitantes registrados durante dicho periodo. Estos datos permiten contextualizar la existencia de una demanda interna significativa hacia espacios recreativos y turísticos, particularmente durante periodos vacacionales.

Tipitapa se encuentra en un territorio del departamento de Managua con una población oficial de 162,117 habitantes para 2024, último dato municipal localizado en la serie estadística oficial revisada para este documento. El municipio presenta además manifestaciones termales documentadas por INETER, entre ellas las ubicadas en el Centro Turístico Termales de Tipitapa. La relevancia turística del recurso se complementa con la infraestructura del establecimiento y con antecedentes de inversión pública registrados por INTUR.

Para 2026, Nicaragua mantiene una política de promoción turística orientada a la sostenibilidad, la articulación territorial y el fortalecimiento de la actividad turística. En este escenario, el estudio de Los Termales adquiere relevancia porque permite analizar, dentro de un periodo concreto, la relación entre recurso natural, demanda turística, infraestructura, gestión institucional y sostenibilidad.

Finalmente, la investigación trabajará con una distinción estricta entre información oficial, información institucional, datos proporcionados para el estudio y cálculos propios. Esta diferenciación constituye un criterio de calidad metodológica para evitar que cifras estimadas, como el flujo de 1,500 visitas semanales, se presenten como estadísticas oficiales o que una población municipal de 2024 se interprete como población oficial de 2026.

Matriz de control de fuentes utilizadas

Dato o afirmación	Fuente	Año de referencia	Tratamiento metodológico
Población de Tipitapa: 162,117 habitantes	INIDE, Anuario Estadístico 2023	2024	Dato oficial; no presentarlo como población 2026.
Población de Tipitapa: 159,303 habitantes	INIDE, Anuario Estadístico 2023	2023	Antecedente oficial.
Primera etapa de remodelación	INTUR	2023	Antecedente institucional.
Inversión C$17,661,424	INTUR	2023	Dato institucional; asociado a la primera etapa.
Piscinas, saunas y masajes	INTUR	2023	Proyecto anunciado; verificar ejecución 2026.
Características geotérmicas	INETER	2021–2023	Dato científico/geológico.
1,500 visitas semanales	Dato operativo de investigación	2026	Pendiente de validación administrativa.
214.29 visitas/día	Cálculo propio	2026	Derivado de 1,500 visitas/semana.
32,786 visitas mayo–septiembre	Cálculo propio	2026	Estimación; no equivale a personas únicas.

Turismo recreativo, de bienestar y aprovechamiento de recursos termales

Dentro de las modalidades vinculadas con el aprovechamiento de recursos naturales se encuentran las actividades recreativas y de bienestar asociadas a fuentes de aguas termales. Estos recursos pueden constituirse en atractivos turísticos cuando se articulan con infraestructura, servicios, accesibilidad, seguridad, gestión ambiental y condiciones adecuadas para la atención de visitantes.

En el ámbito turístico, el aprovechamiento de aguas termales puede responder a diferentes motivaciones. Algunas personas pueden desplazarse con fines recreativos, descanso, convivencia familiar o búsqueda de experiencias relacionadas con el bienestar; otras pueden atribuir a estas aguas determinados beneficios asociados tradicionalmente con la salud. No obstante, desde una perspectiva científica, es necesario diferenciar entre la percepción de beneficios terapéuticos por parte de los usuarios y la existencia de efectos médicos clínicamente comprobados. En consecuencia, la presente investigación deberá evitar atribuir propiedades curativas específicas al recurso cuando estas no hayan sido establecidas mediante evidencia científica o documentación sanitaria competente.

El recurso termal de Tipitapa posee particularidades geológicas que contribuyen a explicar su importancia como atractivo natural. El Instituto Nicaragüense de Estudios Territoriales (INETER) identifica las fuentes termales de Tipitapa dentro de su sistema de monitoreo de aguas termales de Nicaragua. El organismo señala que el área se localiza al suroeste del lago Xolotlán, en la parte central de la Depresión Nicaragüense, donde existen diversas manifestaciones termales y pozos con aguas calientes. Asimismo, relaciona estas manifestaciones con condiciones geológicas regionales y estructuras asociadas al sistema de Cofradía.

Los registros de INETER también evidencian que las fuentes naturales de Tipitapa pueden alcanzar temperaturas considerablemente elevadas. En febrero de 2024 se registró una

temperatura máxima de 96 °C en una de las fuentes monitoreadas. Este dato resulta particularmente relevante para comprender la necesidad de procesos de conducción, regulación y acondicionamiento del recurso antes de su utilización turística, diferenciando claramente la temperatura de la fuente natural de la temperatura a la que el agua es utilizada en las instalaciones recreativas.

Por consiguiente, el valor turístico de los recursos termales no depende exclusivamente de la existencia de agua caliente natural, sino también de la capacidad institucional para convertir dicho recurso en una experiencia turística segura, accesible, ambientalmente responsable y socialmente aprovechable.

Papel institucional en el desarrollo turístico

El desarrollo turístico de Nicaragua se encuentra acompañado por la participación de instituciones nacionales y gobiernos municipales. En este ámbito, el Instituto Nicaragüense de Turismo desempeña funciones relacionadas con la promoción y fortalecimiento del sector. Para 2026, INTUR planteó como objetivo fortalecer el turismo como motor de desarrollo humano, económico y social, promoviendo a Nicaragua como un destino seguro, auténtico, sostenible y accesible. Asimismo, estableció acciones orientadas a la promoción nacional e internacional y a la dinamización de actividades turísticas.

La intervención institucional adquiere particular relevancia en aquellos destinos cuya gestión se encuentra vinculada con gobiernos locales. La articulación entre promoción turística, inversión pública, mantenimiento de infraestructura, accesibilidad y gestión de los recursos naturales constituye un elemento determinante para la consolidación de los destinos municipales.

En el caso de Los Termales de Tipitapa, la información institucional disponible evidencia la participación conjunta del Gobierno de Nicaragua, la Alcaldía de Tipitapa y la Empresa

Portuaria Nacional en procesos de inversión para mejorar las condiciones del centro turístico. Esta articulación constituye un antecedente relevante para analizar el modelo de gestión pública y la evolución de la infraestructura turística del lugar.

Importancia turística del municipio de Tipitapa

La ubicación geográfica de Tipitapa, su proximidad con Managua y la presencia de recursos naturales particulares contribuyen a configurar condiciones favorables para el desarrollo de actividades turísticas y recreativas.

Entre estos recursos destaca el sistema de aguas termales. INETER reconoce la existencia de fuentes termales en el área de Tipitapa y realiza monitoreo de sus características, lo que proporciona un respaldo científico para considerar el recurso termal como un componente natural diferenciado del territorio.

Desde la perspectiva turística, el recurso adquiere valor cuando se integra con infraestructura, servicios y mecanismos de gestión que permitan su aprovechamiento ordenado. De esta manera, la importancia de Los Termales no se limita a la existencia de las fuentes naturales, sino que comprende la interacción entre el recurso, las instalaciones, la gestión institucional y la demanda de visitantes.

Caracterización del Centro Turístico Los Termales

Los Termales de Tipitapa constituyen un espacio turístico cuya principal singularidad se relaciona con el aprovechamiento de fuentes de aguas termales naturales. La existencia de estas fuentes se encuentra documentada por INETER, organismo que monitorea las manifestaciones termales del territorio nacional y que ha identificado específicamente las fuentes de Tipitapa.

El centro integra el recurso natural con infraestructura destinada al uso recreativo y turístico. Entre los componentes documentados institucionalmente se encuentran piscinas,

restaurante, áreas de descanso y estacionamiento; asimismo, INTUR ha señalado la presencia de sauna y área de masajes como parte de las instalaciones objeto de remodelación.

7. Marco Teórico.

Turismo como fenómeno económico, social y territorial

El turismo constituye un fenómeno multidimensional que trasciende el simple desplazamiento de personas desde su lugar de residencia hacia otros espacios. Su desarrollo involucra dimensiones económicas, sociales, culturales, ambientales y territoriales, debido a que la movilidad de los visitantes genera relaciones entre los individuos, los recursos del destino, las comunidades receptoras, las empresas prestadoras de servicios y las instituciones responsables de la planificación y gestión turística. En este sentido, el turismo puede comprenderse como un sistema en el que interactúan diferentes actores y elementos que condicionan tanto la oferta disponible como la experiencia que finalmente obtiene el visitante.

Desde una perspectiva conceptual, el turismo implica el desplazamiento temporal de personas fuera de su entorno habitual y la realización de actividades asociadas con dicho desplazamiento. Esta definición permite diferenciar el turismo de otros movimientos cotidianos de la población y reconocer que la actividad turística genera una relación específica entre visitante y destino (ONU Turismo, s. f.).

El carácter multidimensional del turismo adquiere especial relevancia cuando el análisis se orienta hacia destinos de naturaleza y espacios recreativos. En estos casos, la experiencia del visitante no depende exclusivamente de la existencia de un atractivo natural, sino también de las condiciones físicas, organizativas y sociales que permiten acceder al recurso, desplazarse dentro del espacio, utilizar los servicios y desarrollar las actividades previstas. Por ello, la infraestructura, la señalización, la seguridad, la atención, la información y las condiciones de inclusión pueden convertirse en componentes determinantes de la experiencia turística (Darcy y Dickson, 2009; Rodrigues et al., 2020).

Asimismo, el turismo contemporáneo ha evolucionado desde una concepción centrada principalmente en el consumo de servicios hacia una perspectiva en la que adquiere mayor importancia la experiencia construida por el visitante. Pine y Gilmore (1999) plantean que las organizaciones pueden generar valor mediante la creación y puesta en escena de experiencias que involucren al consumidor de manera personal. Esta perspectiva resulta especialmente pertinente para el turismo, debido a que el visitante no adquiere únicamente un servicio aislado, sino que participa en un conjunto de situaciones sensoriales, emocionales, cognitivas y conductuales durante su permanencia en el destino.

En el ámbito turístico, la aplicación de la teoría de la experiencia permite comprender que la valoración de una visita puede estar determinada por diferentes dimensiones. Investigaciones posteriores han examinado las dimensiones propuestas por Pine y Gilmore —entretenimiento, educación, escapismo y estética— y han encontrado que su influencia sobre la satisfacción puede variar según el contexto turístico analizado (Mehmetoglu y Engen, 2011). En consecuencia, la calidad de la experiencia no debe reducirse a una valoración exclusivamente funcional de los servicios, sino que debe considerar la manera en que el visitante percibe, interpreta y recuerda el conjunto de la experiencia.

7.1. Estado del Arte.

El estado del arte reúne la evidencia científica más reciente sobre la relación entre las condiciones de accesibilidad de un destino y la experiencia que viven sus visitantes, con atención particular a los destinos de turismo de bienestar y termalismo. Se realizó una revisión narrativa de literatura, que priorizó estudios empíricos publicados entre 2020 y 2026 y trabajos conceptuales de referencia. La síntesis se organiza en tres líneas: (a) accesibilidad turística y experiencia del visitante, (b) satisfacción en destinos termales y de bienestar y (c) el vacío de conocimiento en el contexto nicaragüense.

Accesibilidad turística y experiencia del visitante

La accesibilidad dejó de entenderse como un asunto exclusivo de las personas con discapacidad. Darcy y Dickson (2009) plantean un enfoque de «ciclo vital» según el cual las condiciones de acceso benefician a un segmento amplio de la población, entre ellos adultos mayores, familias con niños pequeños y visitantes con limitaciones temporales de movilidad, y se convierten en un componente de la calidad global de la oferta turística. Buhalis y Darcy (2011) sistematizan las barreras que enfrenta el visitante en el destino, ya sean físicas, informativas, de servicio o económicas, y defienden que deben abordarse como una cadena continua: desde la información previa y el transporte hasta el uso de las instalaciones.

La evidencia empírica reciente respalda la vinculación entre estas condiciones y la valoración de la visita. Leiras y Eusébio (2024) analizaron 1,051 reseñas en línea publicadas entre 2016 y 2023 sobre Aveiro (Portugal) y A Coruña (España), y encontraron una correlación entre las condiciones de accesibilidad y la satisfacción de los visitantes; los comentarios más frecuentes se referían a la disponibilidad de estacionamiento y a las adaptaciones para personas con discapacidad, mientras que la provisión de información y la señalización aparecieron como áreas de mejora. En un contexto distinto, Ryan et al. (2026) estudiaron las experiencias de usuarios de silla de ruedas en la calle Malioboro, en

Yogyakarta (Indonesia), y concluyeron que las dificultades para desplazarse por las instalaciones y las áreas de alimentación les impidieron formarse impresiones favorables del lugar.

Satisfacción y experiencia en destinos termales y de bienestar

En el turismo termal, los estudios han privilegiado la satisfacción y la lealtad del visitante. Rodríguez et al. (2020) examinaron 1,254 reseñas en línea publicadas entre 2015 y 2019 sobre balnearios termales y minerales, y distinguieron los atributos asociados con la satisfacción de los asociados con la insatisfacción; los cinco temas dominantes fueron el recurso termal, el personal, la habitación, la ubicación y la piscina. El hallazgo es pertinente para este estudio porque la ubicación y el estado de las instalaciones aparecen entre los atributos que los propios visitantes utilizan para evaluar su experiencia.

Loureiro et al. (2023) aplicaron un cuestionario a practicantes de turismo termal en Portugal y describieron un perfil de visitante más joven, más saludable y más diverso que el de décadas anteriores; además, observaron que la mayoría de los encuestados residía en el mismo país del balneario y no pernoctaba en el destino. Este perfil, de visitantes nacionales que acuden por el día, se asemeja al que se espera en los Termales de Tipitapa y subraya la importancia de la accesibilidad vial, del transporte y de la información previa para quienes se desplazan desde su lugar de residencia.

Tabla 1
Síntesis de antecedentes empíricos y conceptuales revisados

Autores (año)	Contexto y método	Hallazgo principal	Aporte a este estudio
Darcy y Dickson (2009)	Propuesta conceptual de turismo accesible	La accesibilidad beneficia a un segmento amplio de visitantes, no solo a personas con discapacidad	Fundamenta la definición de la variable independiente
Rodrigues et al. (2020)	1,254 reseñas en línea de balnearios termales (2015–2019); análisis de contenido	Cinco temas: recurso termal, personal, habitación, ubicación y piscina	Respalda las dimensiones de calidad percibida y estado de instalaciones
Loureiro et al. (2023)	Encuesta a turistas termales, Portugal	Perfil más joven y diverso; mayoría local y sin pernoctación	Perfil comparable al visitante de Tipitapa

Autores (año)	Contexto y método	Hallazgo principal	Aporte a este estudio
Leiras y Eusébio (2024)	1,051 reseñas en Google Maps (2016–2023), Aveiro y A Coruña	Correlación entre accesibilidad y satisfacción; mejoras en información y señalización	Respalda la hipótesis de relación y la dimensión de información
Ryan et al. (2026)	Estudio de usuarios de silla de ruedas, calle Malioboro (Indonesia)	Barreras en instalaciones y áreas de alimentación limitan las impresiones favorables	Ilustra el efecto de las barreras físicas sobre la experiencia

Nota. Elaboración propia a partir de los estudios citados.

Vacío de conocimiento

La revisión permite identificar tres vacíos. Primero, buena parte de los estudios emplea reseñas en línea o enfoques cualitativos y descriptivos; son escasos los que miden ambas variables con instrumentos estructurados aplicados a visitantes en el sitio y que contrastan una hipótesis de relación. Segundo, la literatura sobre accesibilidad se concentra en personas con discapacidad en destinos urbanos o patrimoniales, y menos en destinos naturales de bienestar con visitantes de la población general. Tercero, en la revisión realizada no se localizaron estudios publicados que analicen conjuntamente accesibilidad turística y calidad de la experiencia en centros termales de Nicaragua. La presente investigación se ubica en ese espacio: aporta evidencia cuantitativa, obtenida directamente de visitantes nacionales y extranjeros, sobre un destino emergente de turismo de bienestar.

7.2. Teorías y conceptualizaciones asumidas.

El estudio se apoya en cuatro referentes teóricos que se articulan entre sí: la economía de la experiencia, la teoría de la calidad del servicio, el paradigma de la desconfirmación de expectativas y el enfoque de turismo accesible. A ellos se suma la conceptualización del turismo de bienestar, que delimita el tipo de destino estudiado.

Economía de la experiencia

Pine y Gilmore (1998) sostienen que las organizaciones generan valor cuando diseñan experiencias memorables, y que estas constituyen una oferta económica distinta de los bienes y los servicios. En su desarrollo posterior (Pine y Gilmore, 1999) describen cuatro dominios de la experiencia (entretenimiento, educación, escapismo y estética), que resultan de combinar el grado de participación del cliente (pasiva o activa) con su relación con el entorno (absorción o inmersión). La investigación se apropia de dos ideas de esta teoría: la experiencia es multidimensional y se construye durante toda la visita, y por eso las condiciones físicas y organizativas del entorno forman parte de ella.

Calidad del servicio

Parasuraman et al. (1988) conciben la calidad del servicio como la valoración que hace el cliente al comparar sus expectativas con el desempeño recibido, y la miden con la escala SERVQUAL en cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Cronin y Taylor (1992) propusieron medir solo el desempeño percibido (SERVPERF) y mostraron que esta alternativa predice mejor la satisfacción. El estudio asume una escala adaptada de percepciones, sin medición de expectativas previas, por tres razones: el diseño es transversal, el cuestionario se aplica a la salida del destino y la versión de desempeño reduce la carga de respuesta del visitante.

Satisfacción y desconfirmación de expectativas

Oliver (1980) explica la satisfacción como el resultado de contrastar las expectativas con el desempeño observado: cuando el desempeño las supera o las iguala, el consumidor se satisface, y esa satisfacción se relaciona con actitudes e intenciones posteriores, como volver a comprar o recomendar. Esta lógica sustenta que la satisfacción global y la intención de comportamiento se incluyan como componentes de la calidad de la experiencia (variable dependiente), y que la intención de recomendación se complemente con el indicador de recomendación neta propuesto por Reichheld (2003).

Turismo accesible

Darcy y Dickson (2009) definen el turismo accesible como el conjunto de condiciones que permiten a todas las personas, con independencia de sus condiciones de movilidad, sensoriales, de edad o socioeconómicas, llegar, desplazarse y disfrutar de la oferta turística con seguridad, comodidad y autonomía. Buhalis y Darcy (2011) amplían este planteamiento hacia el concepto de cadena de accesibilidad: un destino es accesible solo si se garantizan todos los eslabones, desde la información previa y el transporte hasta los servicios de apoyo. De esta perspectiva se derivan las cinco dimensiones de la variable independiente: acceso vial y transporte, infraestructura física interna, información y señalización, accesibilidad económica y servicios de apoyo al visitante.

Turismo de bienestar y recursos termales

Smith y Puczkó (2009) caracterizan el turismo de salud y bienestar como los desplazamientos motivados por mantener o mejorar el bienestar físico, mental y emocional, entre los que se incluye el uso de aguas termales. En coherencia con lo expuesto en el marco contextual, la investigación trata el beneficio terapéutico como una percepción del visitante y no como un efecto clínico comprobado; por esa razón la dimensión de bienestar de la variable dependiente se mide con ítems de percepción.

Relación teórica entre las variables

La articulación de los referentes conduce al siguiente planteamiento: las condiciones de accesibilidad operan como antecedente de la experiencia del visitante. Cuando el acceso, la infraestructura, la información, el costo y el apoyo del personal responden a lo esperado, el desempeño percibido del servicio aumenta, se refuerza la satisfacción y se incrementa la probabilidad de recomendar y regresar. Cuando existen barreras, ocurre lo contrario y la experiencia de bienestar, que depende de la tranquilidad del visitante, también se ve afectada. Este razonamiento sustenta la hipótesis de una relación directa entre ambas variables.

Conceptos asumidos

Tabla 2
Conceptos asumidos en la investigación

Concepto	Definición asumida	Fuente
Visitante	Persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por motivos personales, por menos de un año y sin ser contratada en el lugar visitado. Incluye a quienes regresan el mismo día.	ONU Turismo (s. f.)
Turismo de bienestar	Desplazamiento motivado por mantener o mejorar el bienestar físico, mental y emocional.	Smith y Puczkó (2009)
Destino emergente	Destino con recursos de valor turístico y oferta en proceso de consolidación, con reconocimiento aún limitado en el mercado.	Definición operativa del estudio
Accesibilidad turística	Condiciones que permiten a toda persona llegar, desplazarse, comprender y disfrutar de la oferta con seguridad, comodidad y autonomía.	Darcy y Dickson (2009)
Cadena de accesibilidad	Continuidad de condiciones de acceso en todos los eslabones de la visita: información, transporte, instalaciones y servicios.	Buhalis y Darcy (2011)
Calidad de la experiencia	Valoración global y multidimensional de los servicios y vivencias de la visita, que integra calidad percibida, satisfacción, bienestar e intención de comportamiento.	Pine y Gilmore (1998); Parasuraman et al. (1988)
Satisfacción	Juicio del visitante que resulta de contrastar sus expectativas con el desempeño recibido.	Oliver (1980)
Intención de comportamiento	Disposición a recomendar, volver y difundir de manera positiva la visita; se mide con escala Likert e indicador de recomendación neta (NPS).	Oliver (1980); Reichheld (2003)
Beneficio percibido del agua termal	Valoración subjetiva de efectos de relajación o alivio que atribuye el visitante; no implica efecto clínico comprobado.	Definición operativa del estudio

Nota. Elaboración propia a partir de las fuentes indicadas. ONU Turismo (s. f.) corresponde al glosario de términos de turismo.

8. Métodos (Diseño)

8.1. Tipo de investigación.

La investigación sigue el enfoque cuantitativo, porque mide las variables mediante instrumentos estructurados y contrasta la hipótesis con procedimientos estadísticos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). El alcance es correlacional, ya que busca establecer el grado de asociación entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia sin manipular ninguna de las dos. El diseño es no experimental, de corte transversal: cada visitante se observa una sola vez, durante el período mayo–septiembre de 2026. El método es hipotético-deductivo, pues parte de una hipótesis derivada de la teoría que se somete a contraste con datos empíricos.

La unidad de análisis es el visitante adulto (18 años o más) que utiliza las instalaciones de los Termales de Tipitapa durante el período de estudio, sea nacional o extranjero. Como el diseño es correlacional, los resultados describen asociaciones y no establecen causalidad, tal como se advierte en el apartado de limitaciones.

8.2. Población y selección de la muestra.

La población está constituida por los visitantes del Centro Turístico Termales de Tipitapa durante el período mayo–septiembre de 2026. Con base en el dato operativo de 1,500 visitas semanales (pendiente de validación administrativa), se estiman 214.29 visitas diarias y 32,786 visitas en los 153 días del período. Esta cifra se usa como tamaño poblacional de referencia (N) y se interpreta como visitas, no como personas únicas.

El tamaño de muestra se calculó con la fórmula para poblaciones finitas (Cochran, 1977), con nivel de confianza de 95 % (Z = 1.96), margen de error de 5 % (e = .05) y máxima variabilidad (p = q = .50):

$$n_0 = (Z^2 \cdot p \cdot q) / e^2 = (1.96^2 \times .50 \times .50) / .05^2 = 384.16$$

$$n = n_0 / [1 + (n_0 - 1) / N] = 384.16 / [1 + (383.16 / 32{,}786)] = 379.7 \approx 380$$

Se seleccionó una muestra probabilística sistemática de 380 visitantes. El intervalo de selección es k = N/n = 32,786/380 ≈ 86: el encuestador elige al azar un número entre 1 y 86 como punto de arranque y, a partir de él, invita a participar a uno de cada 86 visitantes que salen del recinto. Cuando el visitante seleccionado no acepta, se invita al siguiente en la secuencia. La muestra se distribuye de forma proporcional a los días de cada mes (Tabla 3), con el fin de cubrir todo el período, incluidos los meses de mayor precipitación.

Tabla 3
Distribución proporcional de la muestra por mes

Mes	Días del período	Cuestionarios (n)
Mayo	31	77
Junio	30	75
Julio	31	77
Agosto	31	77
Septiembre	30	74
Total	**153**	**380**

Nota. Elaboración propia. La asignación es proporcional al número de días de cada mes.

Criterios de inclusión: tener 18 años o más, haber utilizado las instalaciones durante la visita del día y otorgar consentimiento informado. Criterios de exclusión: ser trabajador del centro turístico, no completar al menos el 80 % de los ítems del cuestionario o estar en proceso de salida por una emergencia. Los extranjeros se incluyen en la misma secuencia de selección y reciben el cuestionario en inglés cuando lo solicitan; por tanto, su peso en la muestra refleja su proporción real entre los visitantes.

8.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Se emplean dos técnicas complementarias. La técnica principal es la encuesta, mediante un cuestionario estructurado de autollenado asistido, aplicado a la salida del recinto en formato impreso o en tableta. La técnica complementaria es la observación estructurada, mediante una guía de verificación que contrasta la percepción del visitante con las condiciones físicas del destino. Los instrumentos completos se presentan en los anexos A y B.

Cuestionario de condiciones de accesibilidad y calidad de la experiencia (Anexo A)

Consta de tres secciones: (I) datos generales del visitante (nueve preguntas cerradas sobre sexo, edad, procedencia, medio de transporte, acompañantes, frecuencia de visita, motivo principal, limitación de movilidad propia o de un acompañante y mes de la visita); (II) percepción de las condiciones de accesibilidad, con 20 ítems agrupados en cinco dimensiones; y (III) calidad de la experiencia, con 16 ítems en cuatro dimensiones y un ítem de recomendación en escala de 0 a 10. Los ítems de las secciones II y III se responden en escala Likert de cinco opciones: 1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 = de acuerdo y 5 = totalmente de acuerdo.

Guía de observación estructurada (Anexo B)

Contiene 16 indicadores observables que corresponden a las dimensiones de la variable independiente. Cada indicador se califica con 0 (no cumple), 1 (cumple parcialmente) o 2 (cumple). Dos observadores la aplican de manera independiente, una vez al mes, y concilian las diferencias antes de registrar la calificación final. Sus resultados se expresan como porcentaje de cumplimiento por dimensión y se usan para triangular la percepción de los visitantes.

Puntuación e interpretación

Se calcula el promedio de los ítems de cada dimensión y de cada variable, y se interpreta con el baremo de la Tabla 4. Además, el promedio general se transforma a una escala de 0 a 100 mediante [(M − 1) / 4] × 100. El ítem de recomendación se clasifica según Reichheld (2003): promotores (9–10), pasivos (7–8) y detractores (0–6); el NPS se obtiene al restar el porcentaje de detractores al de promotores.

Tabla 4

Baremo de interpretación de los promedios

Rango del promedio	Nivel
1.00 – 1.80	Muy bajo
1.81 – 2.60	Bajo
2.61 – 3.40	Moderado
3.41 – 4.20	Alto
4.21 – 5.00	Muy alto

Nota. Elaboración propia, con intervalos de igual amplitud (0.80) sobre la escala de 1 a 5.

Tabla 5

Estructura de los instrumentos por variable y dimensión

Variable / dimensión	Ítems	Cantidad	Instrumento
V1. Acceso vial y transporte	A1–A4	4	Cuestionario + guía (O1–O4)
V1. Infraestructura física interna	A5–A8	4	Cuestionario + guía (O5–O9)
V1. Información y señalización	A9–A12	4	Cuestionario + guía (O10–O13)
V1. Accesibilidad económica	A13–A16	4	Cuestionario + guía (O14)
V1. Servicios de apoyo al visitante	A17–A20	4	Cuestionario + guía (O15–O16)
V2. Satisfacción general	B1–B4	4	Cuestionario
V2. Calidad percibida del servicio	B5–B8	4	Cuestionario
V2. Experiencia de bienestar	B9–B12	4	Cuestionario
V2. Intención de comportamiento	B13–B16 y B17 (NPS)	5	Cuestionario

Nota. V1 = condiciones de accesibilidad turística; V2 = calidad de la experiencia.

8.4. Confiabilidad y validez de los instrumentos

Validez de contenido. Los instrumentos se sometieron a juicio de cinco expertos con formación en turismo y metodología de la investigación, quienes calificaron cada ítem como esencial, útil pero no esencial o no necesario. Se calculó la razón de validez de contenido de cada ítem, CVR = (n_e − N/2) / (N/2) (Lawshe, 1975), donde n_e es el número de expertos que lo consideró esencial y N el total de jueces. Con cinco jueces, el valor mínimo aceptable es .99, es decir, acuerdo unánime. En la primera ronda, 33 de los 36 ítems obtuvieron CVR = 1.00; los ítems A12, A15 y B10 alcanzaron CVR = .60 (cuatro de cinco jueces) y se reformularon según las observaciones, para ser evaluados en una segunda ronda en la que lograron CVR = 1.00 (Anexo D).

Prueba piloto y confiabilidad. Antes del trabajo de campo se aplicó una prueba piloto a 30 visitantes ajenos a la muestra, para verificar la comprensión de los ítems y estimar la consistencia interna con el coeficiente alfa de Cronbach (Cronbach, 1951). Se consideran aceptables los valores iguales o superiores a .70 (Nunnally y Bernstein, 1994; Tavakol y Dennick, 2011) y correlaciones ítem-total corregidas mayores a .30. La Tabla 6 presenta los coeficientes del piloto y los de la muestra final.

Tabla 6

Confiabilidad por consistencia interna (alfa de Cronbach)

Escala o dimensión	Ítems	Piloto (n = 30)	Muestra final (N = 380)
V1. Acceso vial y transporte	4	.79	.80
V1. Infraestructura física interna	4	.71	.78
V1. Información y señalización	4	.79	.74
V1. Accesibilidad económica	4	.87	.77
V1. Servicios de apoyo al visitante	4	.76	.75
V1. Escala total	20	.88	.87
V2. Satisfacción general	4	.79	.77
V2. Calidad percibida del servicio	4	.77	.78
V2. Experiencia de bienestar	4	.74	.75
V2. Intención de comportamiento	4	.77	.76
V2. Escala total	16	.88	.85

Nota. Datos ilustrativos; deben sustituirse por los resultados del trabajo de campo real. El ítem NPS (B17) no se incluye en el cálculo de alfa.

Validez de constructo. Se evalúa mediante las correlaciones ítem-total corregidas, que en la muestra final oscilan entre .42 y .54 para la escala de accesibilidad y entre .40 y .51 para la escala de calidad de la experiencia, y mediante las correlaciones moderadas entre dimensiones (Tabla 14), que indican que las dimensiones miden aspectos relacionados pero diferenciables.

8.5. Procedimiento para el procesamiento de datos y análisis de datos.

El procesamiento de los datos sigue seis pasos. (1) Codificación y depuración: se digitan los cuestionarios, se revisan valores fuera de rango y se descartan los instrumentos con más de 20 % de ítems sin respuesta. (2) Estadística descriptiva: frecuencias y porcentajes para las variables sociodemográficas; media (M), desviación estándar (DE) y mediana (Mdn) para ítems, dimensiones y variables; clasificación de los promedios con el baremo de la Tabla 4. (3) Verificación de normalidad con la prueba de Shapiro-Wilk, junto con los coeficientes de asimetría y curtosis. (4) Contraste de la hipótesis: se calcula el coeficiente de correlación de Spearman (ρ) entre las puntuaciones globales de ambas variables, porque los datos proceden de escalas ordinales tipo Likert y al menos una de las variables no cumple el supuesto de normalidad; el intervalo de confianza de 95 % se estima por remuestreo (bootstrap, 2,000 réplicas). Se rechaza H_0 cuando $p < .05$. La magnitud se interpreta con los criterios de Cohen (1988): .10 débil, .30 moderada y .50 fuerte. (5) Análisis complementarios: regresión lineal simple y múltiple para estimar el aporte de cada dimensión (con factor de inflación de la varianza, FIV, para descartar colinealidad), y pruebas de Mann-Whitney y Kruskal-Wallis para comparar grupos. (6) Triangulación con la guía de observación y presentación de resultados en tablas y figuras con formato APA séptima edición.

Los análisis pueden replicarse en programas como SPSS, JASP o Jamovi. En cuanto a los aspectos éticos, la participación es voluntaria y anónima, se solicita consentimiento informado verbal o escrito y los datos se utilizan exclusivamente con fines académicos, sin registrar nombres ni datos de contacto. Las observaciones se realizan en áreas de uso público y sin fotografiar a los visitantes.

Tabla 7

Correspondencia entre objetivos, técnicas estadísticas y resultados

Objetivo específico	Variable e instrumento	Análisis	Resultados
1. Identificar las condiciones de accesibilidad percibidas	V1: cuestionario (II) y guía de observación	M, DE, Mdn, nivel según baremo; % de cumplimiento	Tablas 9 y 10; Figura 1
2. Evaluar la calidad de la experiencia percibida	V2: cuestionario (III)	M, DE, Mdn, nivel; NPS	Tablas 11 y 12; Figura 2
3. Determinar la relación entre ambas variables	V1 y V2	Shapiro-Wilk; ρ de Spearman; regresión; U y H	Tablas 13 a 17; Figura 3

Nota. Elaboración propia.

9. Resultados.

Los resultados se presentan según el orden de los objetivos específicos: primero el perfil de los visitantes encuestados, luego las condiciones de accesibilidad turística (objetivo 1), la calidad de la experiencia (objetivo 2) y la relación entre ambas variables (objetivo 3), con la prueba de la hipótesis. Se aplicaron 380 cuestionarios, sin pérdidas por instrumentos incompletos.

Perfil de los visitantes encuestados

Tabla 8
Perfil sociodemográfico de los visitantes (N = 380)

Característica	f	%
Sexo		
Mujer	209	55.0
Hombre	171	45.0
Edad (años)		
18-25	84	22.1
26-35	120	31.6
36-45	91	23.9
46-59	57	15.0
60 o más	28	7.4
Procedencia		
Tipitapa	69	18.2
Managua (otros municipios)	181	47.6
Otros departamentos	107	28.2
Extranjero	23	6.1
Medio de transporte		
Vehículo propio	146	38.4
Transporte público	111	29.2
Taxi o aplicación	59	15.5
Motocicleta	45	11.8
Otro	19	5.0
Frecuencia de visita		
Primera vez	168	44.2
2 a 3 veces	130	34.2
4 o más veces	82	21.6
Motivo principal		
Relajación y bienestar	184	48.4
Recreación familiar	123	32.4
Búsqueda de beneficios para la salud (percibidos)	39	10.3
Otro	34	8.9
Limitación de movilidad propia o de un acompañante		

Característica	f	%
Sí	28	7.4
No	352	92.6

Nota. Datos ilustrativos. f = frecuencia.

La muestra se compone de 209 mujeres (55.0 %) y 171 hombres (45.0 %). El grupo de 26 a 35 años es el más numeroso (31.6 %) y le sigue el de 36 a 45 años (23.9 %). Los visitantes nacionales representan el 93.9 % (n = 357) y los extranjeros el 6.1 % (n = 23); entre los nacionales, la mayoría procede de Managua. El vehículo propio (38.4 %) y el transporte público (29.2 %) son los medios más utilizados, y el 44.2 % visitó el centro por primera vez. El motivo principal es la relajación y el bienestar (48.4 %). El 7.4 % declaró alguna limitación de movilidad, propia o de un acompañante, proporción que justifica evaluar la accesibilidad como condición de la visita.

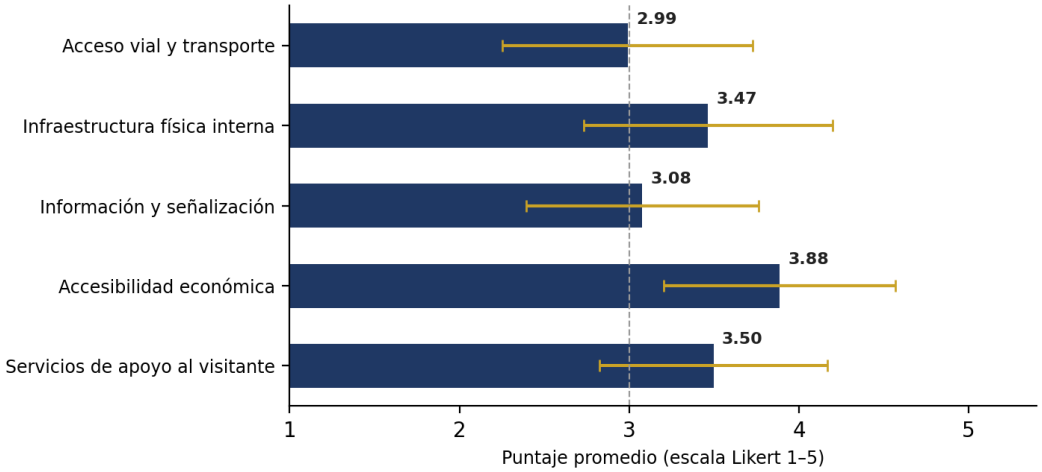
Objetivo específico 1: condiciones de accesibilidad turística percibidas

Tabla 9
Condiciones de accesibilidad turística percibidas por dimensión (escala 1–5)

Dimensión	M	DE	Mdn	Nivel
Acceso vial y transporte	2.99	0.74	3.00	Moderado
Infraestructura física interna	3.47	0.73	3.50	Alto
Información y señalización	3.08	0.68	3.00	Moderado
Accesibilidad económica	3.88	0.68	4.00	Alto
Servicios de apoyo al visitante	3.50	0.67	3.50	Alto
Condiciones de accesibilidad (global)	**3.38**	**0.49**	**3.40**	**Moderado**

Nota. Datos ilustrativos. M = media; DE = desviación estándar; Mdn = mediana. Nivel según el baremo de la Tabla 4.

Figura 1
Promedio de las dimensiones de accesibilidad turística



Nota. Datos ilustrativos. Las barras de error representan una desviación estándar; la línea punteada marca el punto medio de la escala (3).

La accesibilidad turística global alcanza una media de 3.38 (DE = 0.49), equivalente a 59.6 puntos en la escala de 0 a 100, lo que corresponde a un nivel *moderado*. Por dimensiones, la accesibilidad económica obtiene la valoración más alta (M = 3.88) y le siguen los servicios de apoyo al visitante (M = 3.50) y la infraestructura física interna (M = 3.47), todas en nivel alto. En cambio, el acceso vial y transporte (M = 2.99) y la información y señalización (M = 3.08) se ubican en nivel moderado y constituyen los eslabones más débiles de la cadena de accesibilidad.

A nivel de ítem (Anexo E), los puntajes más bajos corresponden a señalización vial previa (A4, M = 2.97), estado de la vía de acceso (A1, M = 2.98) y tiempo y distancia de traslado (A3, M = 3.00); los más altos, a precios de servicios complementarios (A14, M = 3.93), tarifas diferenciadas (A15, M = 3.89) y relación costo-beneficio (A16, M = 3.87). Estos resultados indican que las dificultades se concentran en llegar al destino y en obtener información clara, mientras que el costo de la visita y la atención del personal se perciben como fortalezas.

El desempeño del acceso vial varía a lo largo del período: su promedio disminuye de 3.21 en mayo a 2.62 en septiembre, diferencia estadísticamente significativa (prueba de Kruskal-Wallis, $H(4) = 29.90$, $p < .001$). Este patrón coincide con la intensificación de las lluvias y con la limitación de la temporada de invierno señalada en el estudio.

Tabla 10
Cumplimiento de condiciones de accesibilidad según la guía de observación

Dimensión	Puntos obtenidos / posibles	% de cumplimiento
Acceso vial y transporte	5 / 8	62.5
Infraestructura física interna	5 / 10	50.0
Información y señalización	4 / 8	50.0
Accesibilidad económica	1 / 2	50.0
Servicios de apoyo al visitante	4 / 4	100.0
Total de la guía	**19 / 32**	**59.4**

Nota. Datos ilustrativos. Cada indicador se califica con 0, 1 o 2 puntos (Anexo B).

La observación estructurada arroja un cumplimiento global de 59.4 %. Las dimensiones con menor cumplimiento son infraestructura física interna, información y señalización y accesibilidad económica (50.0 % cada una), mientras que los servicios de apoyo alcanzan el mayor puntaje (100.0 %). La coincidencia entre ambas fuentes en que la información y señalización es un punto débil refuerza la validez de la percepción de los visitantes.

Con estos resultados se cumple el objetivo específico 1: las condiciones de accesibilidad son percibidas como moderadas en acceso y en información, y como altas en costo, apoyo del personal e infraestructura interna.

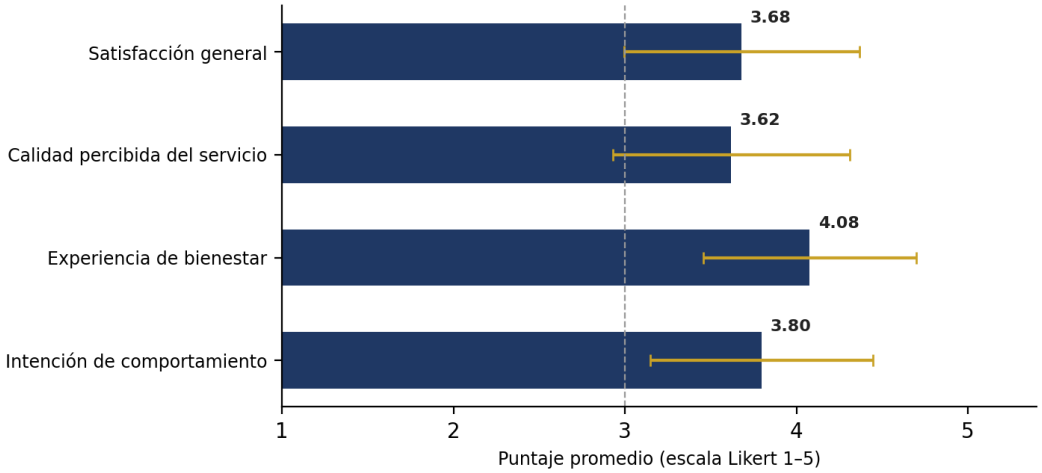
Objetivo específico 2: calidad de la experiencia percibida

Tabla 11
Calidad de la experiencia de los visitantes por dimensión (escala 1–5)

Dimensión	M	DE	Mdn	Nivel
Satisfacción general	3.68	0.68	3.75	Alto
Calidad percibida del servicio	3.62	0.69	3.75	Alto
Experiencia de bienestar	4.08	0.62	4.25	Alto
Intención de comportamiento	3.80	0.65	3.75	Alto
Calidad de la experiencia (global)	**3.79**	**0.48**	**3.81**	**Alto**

Nota. Datos ilustrativos. Nivel según el baremo de la Tabla 4.

Figura 2
Promedio de las dimensiones de la calidad de la experiencia



Nota. Datos ilustrativos. Las barras de error representan una desviación estándar.

La calidad de la experiencia alcanza una media global de 3.79 (DE = 0.48), es decir, 69.8 puntos sobre 100, en nivel *alto*. La dimensión mejor valorada es la experiencia de bienestar (M = 4.08), lo que indica que los visitantes logran relajarse y desconectarse de su rutina; le siguen la intención de comportamiento (M = 3.80), la satisfacción general (M = 3.68) y la calidad percibida del servicio (M = 3.62). Por niveles, el 78.2 % de los visitantes califica su experiencia como alta o muy alta.

Tabla 12
Intención de recomendación (ítem B17, escala 0–10)

Categoría	f	%
Promotores (9–10)	145	38.2
Pasivos (7–8)	155	40.8
Detractores (0–6)	80	21.1
Recomendación neta (NPS)		**+17.1**

Nota. Datos ilustrativos. NPS = % de promotores − % de detractores. Media del ítem: 7.81.

El NPS es de +17.1 puntos: el 38.2 % de los visitantes son promotores y el 21.1 % detractores. El valor es positivo, pero el 40.8 % de pasivos indica un margen amplio para convertir visitantes satisfechos en promotores. La valoración de la experiencia no difiere

entre visitantes nacionales y extranjeros (Mann-Whitney, U = 3,961.5, p = .778), ni entre los meses del estudio (Kruskal-Wallis, $H(4)$ = 4.18, p = .382). Con ello se cumple el objetivo específico 2.

Objetivo específico 3: relación entre accesibilidad turística y calidad de la experiencia

Tabla 13
Prueba de normalidad de las puntuaciones globales

Variable	W de Shapiro-Wilk	p	Asimetría	Curtosis
Condiciones de accesibilidad turística	.997	.642	-0.13	-0.07
Calidad de la experiencia	.990	.012	-0.26	-0.30

Nota. Datos ilustrativos.

La puntuación de accesibilidad no se aleja de la normalidad, pero la de calidad de la experiencia sí (p = .012). Como además los datos proceden de escalas ordinales, se utiliza el coeficiente de correlación de Spearman, en coherencia con el procedimiento de análisis definido.

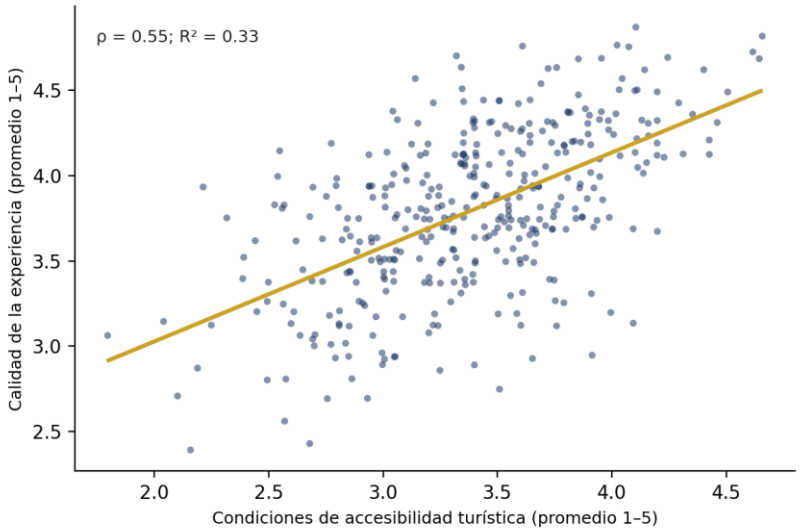
Tabla 14
Correlaciones de Spearman entre las dimensiones de accesibilidad y de calidad de la experiencia

Dimensiones de accesibilidad	Satisfacción	Calidad percibida	Bienestar	Intención
Acceso vial y transporte	.29***	.31***	.25***	.30***
Infraestructura física interna	.37***	.31***	.29***	.34***
Información y señalización	.25***	.28***	.18***	.20***
Accesibilidad económica	.33***	.28***	.26***	.28***
Servicios de apoyo al visitante	.30***	.22***	.24***	.27***

Nota. Datos ilustrativos. N = 380. *** p < .001. Todas las correlaciones son positivas y significativas.

Todas las dimensiones de accesibilidad se asocian de manera positiva y significativa con todas las dimensiones de la experiencia, con coeficientes entre .18 y .37 (magnitud débil a moderada). Las asociaciones más altas se observan entre la infraestructura física interna y la satisfacción general (ρ = .37) y entre la accesibilidad económica y la satisfacción general (ρ = .33). La asociación más baja es la de información y señalización con la experiencia de bienestar (ρ = .18).

Figura 3
Relación entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia



Nota. Datos ilustrativos. N = 380. Cada punto es un visitante; se añadió una pequeña dispersión visual para evitar la superposición. La línea corresponde a la recta de regresión lineal.

Prueba de hipótesis

Hipótesis estadísticas. H_0: ρ = 0 (no existe relación significativa entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia). H_i: ρ > 0 (existe una relación directa y significativa). Nivel de significancia: α = .05.

Resultado. El coeficiente de correlación de Spearman entre las puntuaciones globales de ambas variables es ρ = .55 (IC 95 % [.47, .62], N = 380, p < .001). Como p < .05, **se rechaza H_0 y se acepta H_i**: existe una relación directa, estadísticamente significativa y de magnitud fuerte según los criterios de Cohen (1988) entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes. El coeficiente de determinación (ρ^2 = .30) indica que alrededor del 30.4 % de la variación en el orden de las puntuaciones de experiencia comparte variación con las de accesibilidad; el resto depende de otros factores no medidos.

Tabla 15
Regresión lineal simple: calidad de la experiencia sobre accesibilidad turística

Predictor	B	EE	β	p
Condiciones de accesibilidad (V1)	0.55	0.04	.58	< .001

Nota. Datos ilustrativos. Variable dependiente: calidad de la experiencia. Intercepto = 1.92; R^2 = .33; $F(1, 378)$ = 187.09, p < .001. B = coeficiente no estandarizado; EE = error estándar; β = coeficiente estandarizado.

El modelo de regresión simple confirma el sentido de la relación: por cada punto adicional en la accesibilidad percibida, la calidad de la experiencia aumenta en promedio 0.55 puntos (B = 0.55, p < .001), y la accesibilidad explica el 33.1 % de la varianza de la experiencia (R^2 = .33).

Tabla 16
Regresión lineal múltiple: aporte de cada dimensión de accesibilidad a la calidad de la experiencia

Dimensión	B	EE	β	t	p	FIV
Acceso vial y transporte	0.14	0.03	.22	4.59	< .001	1.34
Infraestructura física interna	0.16	0.03	.25	5.09	< .001	1.39
Información y señalización	0.04	0.03	.06	1.29	.198	1.34
Accesibilidad económica	0.12	0.03	.18	3.68	< .001	1.34
Servicios de apoyo al visitante	0.07	0.04	.10	1.95	.052	1.41

Nota. Datos ilustrativos. R^2 = .34; R^2 ajustado = .34; $F(5, 374)$ = 39.23, p < .001. FIV = factor de inflación de la varianza.

Al considerar las cinco dimensiones en conjunto, el modelo explica el 34.4 % de la varianza de la calidad de la experiencia. Las dimensiones con aporte significativo son infraestructura física interna (β = .25), acceso vial y transporte (β = .22) y accesibilidad económica (β = .18); información y señalización (p = .198) y servicios de apoyo (p = .052) no alcanzan significancia cuando se controlan las demás. Los valores de FIV (1.34 a 1.41) descartan problemas de colinealidad.

Tabla 17
Comparación entre visitantes nacionales y extranjeros (prueba de Mann-Whitney)

Variable	Nacionales (n = 357) M (DE)	Extranjeros (n = 23) M (DE)	U	p
Accesibilidad global	3.38 (0.50)	3.38 (0.42)	4,188.0	.872
Información y señalización	3.10	2.80	5,034.0	.067
Calidad de la experiencia	3.79 (0.48)	3.85 (0.41)	3,961.5	.778

Nota. Datos ilustrativos. En la fila de información y señalización se presentan solo las medias.

No se encontraron diferencias significativas entre nacionales y extranjeros en la accesibilidad global ni en la calidad de la experiencia. En información y señalización los extranjeros puntúan más bajo (M = 2.80 frente a 3.10), diferencia que no alcanza significancia (p = .067) pero que, dado el tamaño reducido de este grupo, justifica revisar los medios de información en otros idiomas. Con estos análisis se cumple el objetivo específico 3 y, con él, el objetivo general.

La relación positiva entre accesibilidad y experiencia coincide con lo que reportan Leiras y Eusébio (2024), quienes encontraron correlación entre las condiciones de accesibilidad y la satisfacción de los visitantes de dos destinos europeos, y con la idea de Darcy y Dickson (2009) de que la accesibilidad forma parte de la calidad global de la oferta. La mayor debilidad en información y señalización también se asemeja a las áreas de mejora identificadas por Leiras y Eusébio (2024), y el peso de la infraestructura interna es compatible con la importancia que Rodrigues et al. (2020) otorgan a las instalaciones y la ubicación en la valoración de los balnearios termales.

El perfil de visitantes nacionales que llegan por el día, similar al descrito por Loureiro et al. (2023), ayuda a entender por qué el acceso vial y el transporte pesan en la experiencia, y por qué su deterioro en los meses de invierno puede asociarse con la menor afluencia observada. La experiencia de bienestar es la dimensión mejor valorada, lo que sugiere que el atractivo del recurso termal se mantiene aun cuando el acceso y la información son mejorables. Estas interpretaciones son asociaciones correlacionales y no efectos causales, y deben leerse con las limitaciones del estudio.

10. Conclusiones.

Respecto al objetivo específico 1, las condiciones de accesibilidad turística de los Termales de Tipitapa se perciben en un nivel moderado (M = 3.38). La accesibilidad económica, los servicios de apoyo y la infraestructura física interna se valoran como altas, mientras que el acceso vial y transporte y la información y señalización son las dimensiones más débiles. La guía de observación confirma esa lectura, con un cumplimiento global de 59.4 %.

Respecto al objetivo específico 2, la calidad de la experiencia se percibe en un nivel alto (M = 3.79). La experiencia de bienestar es la dimensión mejor valorada y la recomendación neta es positiva (NPS = +17.1), aunque con un porcentaje importante de visitantes pasivos.

Respecto al objetivo específico 3 y al objetivo general, existe una relación directa, estadísticamente significativa y de magnitud fuerte entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia ($\rho = .55$, $p < .001$). Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. En el modelo múltiple, la infraestructura física interna, el acceso vial y la accesibilidad económica son las dimensiones con mayor aporte. Por el diseño correlacional, la relación no implica causalidad.

Recomendaciones

- Priorizar el mantenimiento de la vía de acceso y de su drenaje antes de la temporada lluviosa, y coordinar con la alcaldía la señalización vial hacia el centro turístico.
- Mejorar la señalética interna con pictogramas, y publicar información actualizada de tarifas, horarios y servicios en redes sociales y en la entrada, incluida una versión en inglés.
- Adecuar sanitarios, accesos a piscinas y estacionamiento reservado para visitantes con movilidad reducida, con apoyo de la guía de observación como lista de verificación periódica.

- Mantener las tarifas diferenciadas y el apoyo del personal, que son fortalezas del destino, e incluirlos en la promoción.
- Medir el NPS de manera continua para seguir la intención de recomendación y definir acciones dirigidas a los visitantes pasivos.

11. Referencias.

Buhalis, D., & Darcy, S. (Eds.). (2011). *Accessible tourism: Concepts and issues*. Channel View Publications.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3.ª ed.). John Wiley & Sons.

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2.ª ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16*(3), 297–334. https://doi.org/10.1007/BF02310555

Cronin, J. J., Jr., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing, 56*(3), 55–68. https://doi.org/10.1177/002224299205600304

Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 16*(1), 32–44. https://doi.org/10.1375/jhtm.16.1.32

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.

Leiras, A., & Eusébio, C. (2024). Perceived image of accessible tourism destinations: A data mining analysis of Google Maps reviews. *Current Issues in Tourism, 27*(16), 2584–2602. https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2230338

Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology, 28*(4), 563–575. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1975.tb01393.x

Loureiro, I. S., Gomes, H., Costa, V., Ferreira, F. A., Pereira, R., & Nunes, A. (2023). Thermal tourism: Study of the profile and motivations of the practitioner in

Portugal. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-being, 11*(1), 40–51. https://doi.org/10.34623/5cdd-eg26

Mehmetoglu, M., & Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 12*(4), 237–255.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3.ª ed.). McGraw-Hill.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research, 17*(4), 460–469. https://doi.org/10.1177/002224378001700405

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12–40.

Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review, 76*(4), 97–105.

Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.

Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard Business Review, 81*(12), 46–54.

Rodrigues, H., Brochado, A., & Troilo, M. (2020). Listening to the murmur of water: Essential satisfaction and dissatisfaction attributes of thermal and mineral spas. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 37*(5), 649–661. https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1633986

Ryan, Z., Narotama, M. R., & Bahri, I. (2026). Inclusive tourism in public spaces: An accessibility and visitor experience study of mobility-impaired individuals on Malioboro

Street. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism, 24*(2), 170–185. https://doi.org/10.5614/ajht.2026.24.2.04

Smith, M., & Puczkó, L. (2009). *Health and wellness tourism*. Butterworth-Heinemann.

Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education, 2*, 53–55. https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd

12. Anexos o Apéndices.

Anexo A. Cuestionario de condiciones de accesibilidad turística y calidad de la experiencia

Universidad Central de Nicaragua – Proyecto de investigación

Estimado(a) visitante: estamos realizando un estudio académico sobre las condiciones de accesibilidad y la calidad de la experiencia en los Termales de Tipitapa. La encuesta es voluntaria, anónima y toma unos 10 minutos. Sus respuestas se usarán solo con fines académicos. ¿Acepta participar? ☐ Sí ☐ No

Sección I. Datos generales

Pregunta	Opciones de respuesta
1. Sexo	☐ Mujer ☐ Hombre
2. Edad (años)	☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ 46–59 ☐ 60 o más
3. Procedencia	☐ Tipitapa ☐ Managua (otros municipios) ☐ Otro departamento ☐ Extranjero (país: _____)
4. Medio de transporte utilizado	☐ Vehículo propio ☐ Transporte público ☐ Taxi o aplicación ☐ Motocicleta ☐ Otro
5. Con quién visita	☐ Familia ☐ Amigos ☐ Pareja ☐ Solo(a)
6. Frecuencia de visita	☐ Primera vez ☐ 2 a 3 veces ☐ 4 o más veces
7. Motivo principal	☐ Relajación y bienestar ☐ Recreación familiar ☐ Búsqueda de beneficios para la salud (percibidos) ☐ Otro
8. ¿Usted o algún acompañante tiene limitación de movilidad?	☐ Sí ☐ No
9. Mes de la visita	☐ Mayo ☐ Junio ☐ Julio ☐ Agosto ☐ Septiembre

Sección II. Condiciones de accesibilidad turística (variable 1)

Indique su grado de acuerdo con cada afirmación: 1 = totalmente en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4 = de acuerdo; 5 = totalmente de acuerdo.

N.º	Ítem	1	2	3	4	5
Dimensión 1. Acceso vial y transporte						
A1	La vía de acceso a los Termales está en buen estado y es transitable, incluso en época lluviosa.	☐	☐	☐	☐	☐
A2	Existe transporte público con frecuencia suficiente para llegar al centro turístico.	☐	☐	☐	☐	☐
A3	El tiempo y la distancia de traslado desde mi lugar de origen son razonables.	☐	☐	☐	☐	☐
A4	La señalización vial previa permite ubicar fácilmente el centro turístico.	☐	☐	☐	☐	☐
Dimensión 2. Infraestructura física interna						
A5	Los pasillos y rampas internos están en buen estado y permiten desplazarse con seguridad.	☐	☐	☐	☐	☐
A6	El estacionamiento es suficiente y cuenta con espacios reservados para personas con movilidad reducida.	☐	☐	☐	☐	☐
A7	Los sanitarios y las áreas de descanso son cómodos y adecuados para todo tipo de visitantes.	☐	☐	☐	☐	☐
A8	Las piscinas y sus accesos (escaleras, barandas, pisos) son seguros y están en buen estado.	☐	☐	☐	☐	☐
Dimensión 3. Información y señalización						

N.º	Ítem	1	2	3	4	5
A9	La señalética interna (indicaciones, pictogramas y advertencias) es clara y fácil de comprender.	☐	☐	☐	☐	☐
A10	Obtuve información previa suficiente sobre precios, horarios y características del lugar.	☐	☐	☐	☐	☐
A11	La información digital (redes sociales o páginas web) del centro turístico es clara y está actualizada.	☐	☐	☐	☐	☐
A12	Existen medios alternativos de información (visuales, auditivos o en otros idiomas) para distintos visitantes.	☐	☐	☐	☐	☐
Dimensión 4. Accesibilidad económica						
A13	Las tarifas de ingreso son accesibles para mi presupuesto.	☐	☐	☐	☐	☐
A14	Los precios de los servicios complementarios (alimentación, masajes, sauna) son razonables.	☐	☐	☐	☐	☐
A15	Existen tarifas diferenciadas o descuentos (adulto mayor, estudiantes, niños) que facilitan el acceso.	☐	☐	☐	☐	☐
A16	Lo que pagué corresponde con lo que recibí (relación costo-beneficio).	☐	☐	☐	☐	☐
Dimensión 5. Servicios de apoyo al visitante						
A17	El personal está disponible y dispuesto a orientar y ayudar a los visitantes, incluso a quienes requieren apoyo especial.	☐	☐	☐	☐	☐
A18	La taquilla y los servicios de información atienden con rapidez y claridad.	☐	☐	☐	☐	☐
A19	Existen servicios de primeros auxilios o de atención de emergencias visibles y disponibles.	☐	☐	☐	☐	☐
A20	Los horarios de atención son adecuados y se articulan con el transporte disponible.	☐	☐	☐	☐	☐

Sección III. Calidad de la experiencia (variable 2)

Utilice la misma escala de la sección anterior.

N.º	Ítem	1	2	3	4	5
Dimensión 1. Satisfacción general						
B1	Mi visita cumplió con las expectativas que tenía antes de llegar.	☐	☐	☐	☐	☐
B2	Estoy satisfecho(a) con mi experiencia global en los Termales.	☐	☐	☐	☐	☐
B3	Considero que la visita valió la pena.	☐	☐	☐	☐	☐
B4	Mi valoración general del destino es positiva.	☐	☐	☐	☐	☐
Dimensión 2. Calidad percibida del servicio						
B5	El trato y la atención del personal fueron amables y respetuosos.	☐	☐	☐	☐	☐
B6	La limpieza e higiene de las instalaciones fue adecuada.	☐	☐	☐	☐	☐
B7	Me sentí seguro(a) durante toda mi permanencia.	☐	☐	☐	☐	☐
B8	Las instalaciones (piscinas, saunas y áreas comunes) están bien mantenidas.	☐	☐	☐	☐	☐
Dimensión 3. Experiencia de bienestar						
B9	Logré relajarme y descansar durante mi visita.	☐	☐	☐	☐	☐
B10	Percibí sensación de alivio o descanso físico durante o después del baño termal.	☐	☐	☐	☐	☐
B11	Percibí tranquilidad y reducción del estrés.	☐	☐	☐	☐	☐
B12	Disfruté del lugar y pude desconectarme de mi rutina.	☐	☐	☐	☐	☐
Dimensión 4. Intención de comportamiento						
B13	Recomendaría los Termales de Tipitapa a familiares y amigos.	☐	☐	☐	☐	☐
B14	Tengo la intención de volver a visitar los Termales.	☐	☐	☐	☐	☐

N.º	Ítem	1	2	3	4	5
B15	Compartiría (o compartí) fotos o comentarios positivos de mi visita en redes sociales.	☐	☐	☐	☐	☐
B16	Elegiría los Termales frente a otras opciones similares de turismo de bienestar.	☐	☐	☐	☐	☐

B17. En una escala de 0 a 10, donde 0 es «nada probable» y 10 es «muy probable», ¿qué tan probable es que recomiende los Termales de Tipitapa a un familiar o amigo?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo B. Guía de observación estructurada de condiciones de accesibilidad

Calificación: 0 = no cumple; 1 = cumple parcialmente; 2 = cumple. Se aplica una vez al mes (cinco visitas), con dos observadores independientes; la calificación final se obtiene por conciliación. Los valores registrados en la última columna son ilustrativos.

Código	Indicador observado	Calificación (0–2)
Dimensión 1. Acceso vial y transporte		
O1	Estado de la vía de acceso (superficie, baches, drenaje)	1
O2	Parada o servicio de transporte público próximo a la entrada	1
O3	Señalización vial que indique la entrada al centro turístico	1
O4	Iluminación y seguridad del acceso exterior	2
Dimensión 2. Infraestructura física interna		
O5	Rampas y pasillos con superficie firme y antideslizante	1
O6	Espacios de estacionamiento reservados y señalizados	1
O7	Sanitario adaptado (ancho de puerta, barras de apoyo)	0
O8	Accesos a piscinas con barandas, escalones seguros o rampa	1
O9	Áreas de descanso con sombra y mobiliario en buen estado	2
Dimensión 3. Información y señalización		
O10	Señalética interna clara con pictogramas	1
O11	Información visible de tarifas y horarios en taquilla	2
O12	Medios alternativos de información (mapa, otros idiomas, braille o audio)	0
O13	Información digital actualizada (redes sociales o web)	1
Dimensión 4. Accesibilidad económica		
O14	Tarifas diferenciadas publicadas (adulto mayor, niños, estudiantes)	1
Dimensión 5. Servicios de apoyo al visitante		
O15	Personal identificable y disponible para orientación	2
O16	Botiquín o protocolo de primeros auxilios visible	2

Anexo C. Matriz de consistencia

Pregunta	Objetivo	Hipótesis	Variables	Metodología	Técnica e instrumento
¿Cuál es la relación entre las condiciones de accesibilidad turística y la calidad de la experiencia de los visitantes de los Termales de Tipitapa, mayo–septiembre de 2026?	Analizar la relación estadísticamente significativa entre ambas variables	H_i: existe relación directa y significativa. H_0: no existe relación significativa	V1: condiciones de accesibilidad turística. V2: calidad de la experiencia	Cuantitativo, correlacional, no experimental, transversal. N = 32,786; n = 380; muestreo sistemático	Cuestionario (A1–A20, B1–B17) y guía de observación (O1–O16); ρ de Spearman
¿Cuáles son las condiciones de accesibilidad percibidas por los visitantes?	Identificar las condiciones de accesibilidad percibidas	—	V1 y sus cinco dimensiones	Estadística descriptiva y baremo	Cuestionario (sección II) y guía de observación
¿Cuál es el nivel de calidad de la experiencia percibida?	Evaluar la calidad de la experiencia percibida	—	V2 y sus cuatro dimensiones	Estadística descriptiva, baremo y NPS	Cuestionario (sección III)
¿Qué relación existe entre las condiciones de accesibilidad y la calidad de la experiencia?	Determinar la relación entre ambas variables	Contraste de H_i y H_0 con $\alpha = .05$	V1 y V2	Shapiro-Wilk, ρ de Spearman, regresión, U y H	Puntuaciones globales y por dimensión

Anexo D. Validación de contenido por juicio de expertos (CVR de Lawshe)

Los valores son ilustrativos. Con cinco jueces, CVR = (n_e − 2.5) / 2.5; el valor crítico es .99.

Dimensión	Ítems	N.º	CVR 1.ª ronda (promedio)	CVR 2.ª ronda
V1. Acceso vial y transporte	A1–A4	4	1.00	1.00
V1. Infraestructura física interna	A5–A8	4	1.00	1.00
V1. Información y señalización	A9–A12	4	.90 (A12 = .60)	1.00
V1. Accesibilidad económica	A13–A16	4	.90 (A15 = .60)	1.00
V1. Servicios de apoyo al visitante	A17–A20	4	1.00	1.00
V2. Satisfacción general	B1–B4	4	1.00	1.00
V2. Calidad percibida del servicio	B5–B8	4	1.00	1.00
V2. Experiencia de bienestar	B9–B12	4	.90 (B10 = .60)	1.00
V2. Intención de comportamiento	B13–B16	4	1.00	1.00

Ítems reformulados tras la primera ronda: A12 (se precisaron los medios alternativos de información), A15 (se especificaron los grupos con tarifa diferenciada) y B10 (se redactó como percepción de alivio o descanso físico, sin atribuir efecto terapéutico).

Anexo E. Medias y desviaciones estándar por ítem (datos ilustrativos)

Tabla 18

Variable 1. Condiciones de accesibilidad turística (N = 380)

Ítem	M	DE	Nivel
A1	2.98	0.95	Moderado
A2	3.01	0.91	Moderado
A3	3.00	0.95	Moderado
A4	2.97	0.92	Moderado
A5	3.44	0.95	Alto
A6	3.48	0.89	Alto
A7	3.47	0.95	Alto
A8	3.47	0.97	Alto
A9	3.09	0.88	Moderado
A10	3.10	0.90	Moderado
A11	3.05	0.92	Moderado
A12	3.07	0.94	Moderado
A13	3.85	0.89	Alto
A14	3.93	0.84	Alto
A15	3.89	0.95	Alto
A16	3.87	0.86	Alto
A17	3.46	0.85	Alto
A18	3.46	0.90	Alto
A19	3.49	0.90	Alto
A20	3.58	0.88	Alto

Tabla 19

Variable 2. Calidad de la experiencia (N = 380)

Ítem	M	DE	Nivel
B1	3.66	0.87	Alto
B2	3.68	0.88	Alto
B3	3.71	0.91	Alto
B4	3.67	0.90	Alto
B5	3.66	0.88	Alto
B6	3.60	0.91	Alto
B7	3.60	0.86	Alto
B8	3.62	0.92	Alto
B9	4.09	0.77	Alto
B10	4.06	0.85	Alto
B11	4.07	0.86	Alto
B12	4.09	0.79	Alto
B13	3.76	0.86	Alto
B14	3.84	0.89	Alto
B15	3.80	0.85	Alto
B16	3.79	0.81	Alto

Anexo F. Convergencia y divergencia de los hallazgos con los antecedentes

La tabla contrasta los hallazgos del estudio (datos ilustrativos) con lo que reportan los antecedentes revisados en el estado del arte, según lo indicado en sus resúmenes publicados. Convergencia: el hallazgo coincide en sentido y contenido; convergencia parcial: coincide en parte o por vías metodológicas distintas; divergencia: el hallazgo difiere del antecedente; sin antecedente directo: la literatura revisada no permite el contraste.

Tabla 20

Convergencia y divergencia entre los hallazgos del estudio y los antecedentes

Hallazgo del estudio	Antecedente	Hallazgo del antecedente	Relación	Interpretación
Relación directa y significativa entre accesibilidad y calidad de la experiencia (ρ = .55)	Leiras y Eusébio (2024)	Correlación entre las condiciones de accesibilidad y la satisfacción de los visitantes en Aveiro y A Coruña (reseñas en línea)	Convergencia	Mismo sentido de la relación con método distinto (encuesta in situ frente a reseñas); refuerza la hipótesis
Información y señalización entre las dimensiones más débiles (M = 3.08, nivel moderado)	Leiras y Eusébio (2024)	La provisión de información y la señalización aparecen como áreas de mejora	Convergencia	La información es un eslabón débil de la cadena de accesibilidad en contextos distintos
Adaptaciones y estacionamiento con cumplimiento parcial o nulo en la guía (O6 = 1; O7 = 0; ítem A6, M = 3.48)	Leiras y Eusébio (2024)	Estacionamiento y adaptaciones para personas con discapacidad figuran entre las preocupaciones más frecuentes	Convergencia	Las barreras físicas de uso cotidiano se repiten entre destinos
La infraestructura física interna tiene el mayor aporte al modelo (β = .25)	Rodrigues et al. (2020)	Instalaciones, personal, ubicación y piscina son los temas con que se valoran los balnearios termales	Convergencia parcial	Coinciden en la importancia de las instalaciones; los antecedentes no cuantifican su peso relativo
Barreras en accesos a piscinas y sanitarios adaptados (O8 = 1; O7 = 0)	Ryan et al. (2026)	Las barreras en instalaciones y áreas de alimentación impiden impresiones favorables en usuarios de silla de ruedas	Convergencia parcial	Misma naturaleza de barreras; la población difiere (usuarios de silla de ruedas frente a visitantes en general)
Experiencia alta (M = 3.79) pese a accesibilidad moderada (M = 3.38)	Ryan et al. (2026)	Las barreras limitaron la formación de impresiones favorables	Divergencia	Probable efecto del perfil de la muestra (solo 7.4 % declara limitación de movilidad) y del atractivo del recurso termal; requiere contraste con datos reales
Predominio de visitantes nacionales (93.9 %)	Loureiro et al. (2023)	La mayoría de los turistas termales reside en el país del balneario y no pernocta	Convergencia parcial	Coincide en el predominio local; la pernoctación no se midió en este estudio
Sin diferencias significativas entre nacionales y extranjeros en accesibilidad ni en experiencia	Ninguno de los revisados	No se localizó comparación por procedencia en los antecedentes	Sin antecedente directo	Aporte exploratorio; el grupo extranjero es pequeño (n = 23)
Experiencia de bienestar como dimensión mejor valorada (M = 4.08)	Rodríguez et al. (2020)	El recurso termal es uno de los cinco temas de valoración, sin jerarquía reportada en el resumen	Sin antecedente directo	Los antecedentes no permiten comparar el nivel de valoración

Nota. Datos del estudio ilustrativos; los hallazgos de los antecedentes se toman de sus resúmenes publicados. La columna Relación debe revisarse cuando se disponga de datos reales.