



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM- Estelí.

Artículo científico

**Estrategia de promoción para el desarrollo turístico del Apart-Hotel Paysage
Caché, comunidad San Roque municipio de Estelí periodo 2019.**

Autores

Alicia Julissa Chavarría Herrera 1405 8608

Hazzel Anielka Marín Montenegro 1405 7552

Kazteny Zapata Talavera 1405 2327

Tutora:

MSc. Mariela Gutiérrez Hernández

Estelí, Mayo, 2019.

Resumen.

Las estrategias de promoción turística son uno de los recursos de marketing más importantes para la promoción de una determinada empresa, a través de ellas se dan a conocer los productos, crea la necesidad de ellos en el mercado, e incluso ayudan a conseguir un buen posicionamiento de la marca.

El presente trabajo sobre estrategia de promoción para el desarrollo turístico del Apart-Hotel Paysage Caché tuvo por objetivo proponer estrategias de promoción para el desarrollo turístico del Apart-hotel Paysage Caché, comunidad San Roque municipio de Estelí, periodo 2019.

El estudio partió de un análisis FODA para conocer las fortalezas y las debilidades del Apart-Hotel, aplicando los instrumentos de entrevista y ficha de observación

Summary.

Tourism is a sector of great importance and dynamism for the economy of all countries. This industry is made up of different sectors of the economy such as restaurants, transport, travel agencies, tourist recreation, among others, which is why it has been considered one of the largest industries in the world. The tourism sector generates more than 284

A través de los cuales se logró recopilar la información requerida la cual se detalla en el presente documento.

Entre los resultados obtenidos, se identificaron los atractivos existentes del Apart-Hotel, se valoró el estado actual de las estrategias de desarrollo con las que cuenta el establecimiento, además de ello se diseñaron estrategias de promoción para el desarrollo turístico del Apart-Hotel Paysage Caché comunidad San Roque municipio de Estelí, periodo 2019, la cual está conformada por dos tipos de elementos publicitarios: visual impreso (brochure), promoción digital (spot publicitario), con la finalidad de promocionar el Apart-Hotel en un nuevo mercado, más actualizado.

Palabras claves: Estrategia, promoción, turismo, atractivo

million jobs, representing 1 of every 11 jobs in the world. In 2015, 2.5 million new direct jobs were generated in this sector. If we talk about direct, indirect and induced jobs, this figure increases to 7.2 million new jobs. (Tourism A. d., 2016)

According to the World Tourism Organization (UNWTO) tourism is a sector that has been growing steadily for decades

and thanks to its diversification has become one of the fastest growing economic sectors making it a fundamental piece in the socio-economic process of countries. For decades, tourism has experienced continuous growth and deep diversification, until becoming one of the fastest growing economic sectors in the world. World tourism is closely linked to development and a growing number of new destinations are registered in it. In recent years tourism in Nicaragua has been one of the industries in greatest demand, both domestic and foreign tourists but with a higher level by international visitors, given these facts the supply and demand of tourism services and products they have become part of the national market.

For the country, tourism represents an attractive option for business and economic development, it is an important means of generating employment, foreign exchange and tax revenues. According to the Nicaraguan tourism institute (INTUR)

Introducción.

Las necesidades que tiene hoy el turismo para su desarrollo son totalmente diferentes a las

tourism has become the second economic activity that generates foreign currency, after the export of coffee. The needs that tourism has today for its development are totally different to those used in the last century, which has led to the formulation of strategies, not only talk about providing connectivity with the traveler but to be facilitators of information, content of good quality and good use of social platforms. The objective of this research work was to propose tourism development strategies for the promotion of the tourist attractions of the Apart-Hotel Paysage Caché. It is important to point out that for the level of trust different instruments, interviews and observation cards were used, previously structured for the data collection, which were analyzed to process the information, obtaining the identification results of the Apart-Hotel attractions and the current state of the promotion strategies, to then design a new tourism development strategy for the promotion of the attractions.

Keywords: Strategy, promotion, tourism, unengaging.

acostumbradas en el siglo pasado, lo que ha llevado a la formulación de estrategias, no solamente hace referencia a proporcionar

conectividad con el viajero si no de ser facilitadores de información, contenido de buena calidad y buen uso de las plataformas sociales.

Actualmente las estrategias son creadas con el objetivo de promocionar un determinado sitio y ofertar sus productos y servicios turísticos, esto lo realizan en todo el mundo según sus objetivos y también de los ideales deseados.

En el turismo las estrategias de promoción para el desarrollo turístico son clave principal para el progreso de un destino, ya que a través de estas se da a conocer el sitio y se puede obtener un estudio a profundidad del mismo.

Como parte de este estudio se realizó una búsqueda preliminar entre las que se encontró Hidalgo Lanuza J, Vásquez Cuadra I, enero 2015, Propuesta de marketing turístico para el desarrollo socio económico de la quinta San Raphael del cañón, Valle de Sonís, Municipio de Somoto departamento de Madriz, II semestre 2014. La creación de las Estrategias de Marketing Turístico incrementará la demanda de Quinta San Raphael del Cañón de Somoto.

El desarrollo del turismo en el municipio de Estelí ha ido creciendo notablemente en comparación con años anteriores, en la

Comunidad San Roque se han construido ciertas infraestructuras turísticas para aprovechar los atractivos naturales.

En referencia a la temática de estrategia de promoción para el desarrollo turístico de Apart-Hotel, se verificó que no se han presentado trabajos anteriormente en este sitio y debido al estudio previo realizado se identificaron las estrategias existentes que se utilizan para promocionar el Apart-Hotel Paysage Caché y su estado.

La promoción turística del Apart-Hotel Paysage Caché se da a través de medios publicitarios tales como plataformas sociales (Facebook), Booking.com, Página web y brochure, obteniendo un nivel de promoción poco satisfactorio, ya que es bajo, especialmente para el turismo interno debido a que se recibe un 85% de turistas extranjeros y un 15% de turistas Nacionales.

Siendo la estrategia de promoción más eficaz el metabuscador de Booking.com, actualmente las redes sociales son fundamentales entre la sociedad. Por ende surge la pregunta problema que se desarrolló en esta investigación ¿De qué manera las estrategias diseñadas de promoción para el desarrollo turístico conllevarían a tener un mayor alcance a Apart-Hotel Paysage Caché

en el mercado turístico? a través del planteamiento del problema y la sistematización del mismo se desarrolló la presente investigación que se realizó en el Apart-Hotel Paysage Caché la cual tuvo por objetivo principal diseñar estrategias de promoción para el desarrollo turístico del Apart-Hotel Paysage Caché, comunidad San Roque, Municipio de Estelí, periodo 2019.

Materiales y Métodos.

Enfoque filosófico de la investigación.

La presente investigación es de enfoque cualitativo, en ella se describe el potencial turístico del Apart-Hotel Paysage Caché, según Hernández Sampieri el enfoque cualitativo nos modela un proceso inductivo contextualizado en un ambiente natural, esto se debe a que en la recolección de datos se establece una estrecha relación entre los participantes de la investigación sustrayendo sus experiencias e ideologías en determinado el empleo de un instrumento de medición predeterminado.

En este enfoque las variables no se definen con la finalidad de manipularse

Es importante señalar que para el nivel de confianza se utilizaron diferentes instrumentos, entrevistas y fichas de observación, previamente estructurados para la recopilación de datos, los cuales fueron analizados para procesar la información, obteniendo así los resultados de identificación de los atractivos de Apart-Hotel y el estado actual de las estrategias de promoción

experimentalmente y esto nos indica que se analiza una realidad subjetiva además de tener una investigación sin potencial de réplica y sin fundamentos estadísticos.

Según el nivel de profundidad es de carácter descriptivo, ya que en él se describe el estado actual de los atractivos turísticos del Apart-Hotel Paysage Cache, la investigación descriptiva es la que se utiliza para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que estén abordando y que se pretenda analizar, consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes atreves

de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (J.Meyer, 2006).

Según el tiempo es de corte transversal debido a que se realizó en un lapso de tiempo comprendido en un periodo del 2019.

El estudio transversal es un procedimiento no experimental, transversal (ausencia de seguimiento) en el que una comunidad o una muestra representativa de esta son estudiantes en un momento. (Univercidad de Jaén, s.f.)

Universo o población de estudio

El universo de la investigación son todos los establecimientos que ofertan servicios turísticos con las características similares de Apart-Hotel en el Departamento de Estelí.

Una población está determinada por sus características definitorias. Por lo tanto, el conjunto de elementos que posea esta característica se denomina población o universo. Es decir, la totalidad del fenómeno a estudiar. (selltiz, 2011).

Muestra.

Del universo estudiado la muestra que se tomo fue el Apart-Hotel Paysage Caché, la muestra es una porción extraída mediante

métodos específicos que representan los resultados de una totalidad llamada población. (significados.com, 2016)

El tipo de muestreo es no probabilístico, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en formas de probabilidad, si no que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de evaluación.

Métodos y técnicas utilizadas.

Según el método teórico que se implementó en la investigación es el método inductivo ya que en el presente trabajo se empieza de lo más específico hasta las generalizaciones y teorías más amplias. Por su naturaleza el método inductivo permite ser más flexible y se presta para la exploración, sobre todo a inicio.

Según el método empírico que se utilizó está la técnica de observación, se basa en la recogida de una gran cantidad de datos a partir de un fenómeno natural y del análisis de la base de datos de una teoría o llegar a una conclusión particular, a través de la observación sistemática.

En el proceso de elaboración del presente documento se estructuraron las siguientes fases que detallan la labor de la investigación:

Fase N°1. Preparatoria y de diseño.

Inicialmente se tomó una empresa turística dentro del municipio de Estelí, y según las líneas de investigación se eligió el tema y se empezó a realizar la documentación del estado actual de dicha empresa, seguido de la elección del diseño de la investigación, en el cual se eligió el diseño descriptivo, para documentar la empresa objeto de estudio la cual fue el Apart-Hotel Paysage Caché, delimitando así la temática según las carencias de la empresa.

Fase N°2. Planificación y trabajo de campo.

En esta fase se seleccionó el tema el cual fue estrategia de promoción para el desarrollo turístico del Apart-Hotel Paysage Caché, comunidad san Roque, Municipio de Estelí.

Se realizó una visita de campo con el objetivo de recopilar información a través de instrumentos de la investigación en este caso se utilizó entrevistas y ficha de observación,

Resultado y Discusión.

Descripción del Apart-Hotel Paysage Caché y los servicios turísticos que oferta.

uno de los principales colaboradores para obtener dicha información fue el propietario del Apart-Hotel.

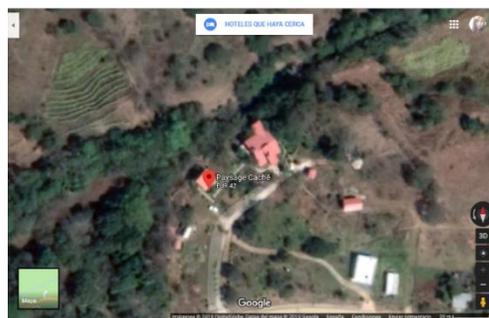
Estos instrumentos son la base fundamental para darle salida a las variables de la investigación.

Seguidamente se realizó un análisis preliminar y reajuste a la información (simultánea a la visita de campo).

Fase N°3. Análisis y redacción:

Se realizó una transcripción de la información, seguidamente se hizo una sistematización de la misma, para así presentar los avances de la investigación a nuestro docente y tutor de la asignatura de seminario de graduación.

Luego del proceso de la información y el contacto que se estableció con el Apart-Hotel Paysage Caché a través de las visitas continuas que se realizaron a dicha empresa, se le dio la forma final al documento, procediendo a entrega y defensa final del mismo.



El Apart-Hotel Paysage Caché se encuentra localizado en la comunidad San Roque, del municipio de Estelí, carretera al Sauce, León

Este establecimiento oferta servicios básicos tales como: servicio de hostelería: en habitaciones tipo Apartamento, cabaña y suite equipadas con camas matrimoniales, baño privado, aire acondicionado, ducha con agua caliente, nevera, horno microondas, Tv por antena, cocina y jacuzzi en la suite. Los precios varían entre \$ 48 y \$ 69 con IVA y desayuno incluido.

El servicio de restauración es tanto para huéspedes con reservas anticipadas o los turistas de paso, oferta platos nacionales entre cortes de carnes de res, cerdo y pollo, también comida vegetariana, igualmente postres y bebidas, estos van desde \$ 8 a \$ 12 dólares los desayunos, almuerzos y cenas.

Entre el servicio de tour y actividades para el turista esta las cabalgatas que deben de ser reservadas con anticipación, senderismo, caminatas sola o acompañadas por la comunidad o el propio terreno de Paysage Caché, y el tour por las plantaciones de fresa el cual es uno de los principales atractivos turístico.

a una distancia de 10 km del centro de la ciudad de Estelí en un estimado de viaje aproximado de 15 a 20 minutos

[Atractivos turísticos de Paysage Caché.](#)

En relación al primer objetivo específico el cual plantea identificar los principales atractivos en Apart-hotel Paysage Caché, comunidad San Roque municipio de Estelí, periodo 2019.

A través del proceso investigativo mediante la ficha de observación, durante las visitas continuas al Apart-Hotel Paysage Caché, se logró el ideal, identificando así los principales atractivos turísticos que hacen a Paysage Caché un destino turístico único, rodeado de exuberante naturaleza y sobre todo en donde se puede sentir tranquilidad en ambiente de relajación.

Atractivo N°1: segmento de turismo:

Según Vázquez y Trespalacios (1994: 96) quienes afirman que la segmentación es un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, a los que se aplica una estrategia comercial diferenciada, con el fin de satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

Algunos turistas eligen sus destinos según las preferencias y exigencias que ellos tengan, y



que van de acorde con los servicios y el producto turístico de una empresa.

El Apart-Hotel Paysage Caché es un destino turístico en una comunidad rural rodeado de flora y fauna que le da un toque de tranquilidad y confort, en donde se podrá tener un contacto directo con la naturaleza.

En este establecimiento el tipo de turismo está más dirigido a la salud y la relajación, en donde desde las mañanas se puede despertar con el trinar de las aves y por las tardes ver a las lejanías el sol ocultándose.

Atractivo N° 2: plantaciones de Fresas:

Las fresas es una de las tantas frutas que a la gente le encanta, su sabor dulce, su textura, su tamaño, se puede hacer de todo con ellas desde ensaladas, pasteles, helados, batidos, integradas con chocolate, entre otros.

La fresa no encuentra problemas de adaptación con respecto a la temperatura. Es

una planta que se ve bastante condicionada por la temperatura, a la hora de engrosar sus frutos y mejorar sus características organolépticas. Los valores óptimos de temperatura se sitúan entre 15° a 20° C.

La fresa pertenece a la Familia de Rosácea. Esta es una de las familias más famosas pues pertenece a ella gran número de frutales conocidos como el manzano, el peral, el melocotonero, ciruela y cerezas.



El cultivo de fresas aun es novedoso en nuestro país, ya que muy pocos agricultores se están dedicando a este.

Rubro y solo producen en

pequeños huertos, lo que hace un cultivo interesante para algunas personas que son amantes de estas pequeñas frutas.

En el Apart-Hotel Paysage Caché se ha estado implementando el cultivo de fresas, y ha respondido bien a las condiciones climáticas de la localidad. Se realizaron pequeños bancales en donde se plantaron estas pequeñas matas las cuales dan su cosecha continuamente, también se realizó un vivero para tratar más de cerca algunas plantas con el objetivo de aumentar la plantación.

Atractivo N°3 fuente Hídrica:

Los recursos hídricos son los cuerpos de agua que existen en el planeta, desde los océanos, hasta los ríos pasando por los lagos, los arroyos y las lagunas. Estos recursos deben preservarse y utilizarse de forma racional ya que son indispensables para la existencia de la vida.



Los terrenos que cuentan con fuentes hídricas son privilegiados, ya que el agua es el vital líquido indispensable para un

sin número de actividades que se realizan en

Resultado N° 2. Estado actual de las estrategias de promoción turística.

A través del segundo objetivo el cual se planteó valorar el estado actual de la estrategia de promoción para el desarrollo turístico del Apart-hotel Paysage Caché, comunidad San Roque municipio de Estelí, periodo 2019, a través del proceso de la investigación se conocieron las estrategias diseñadas anteriormente con las que cuenta el propietario de Apart-Hotel Paysage Caché para la promoción de este destino turístico.

la vida cotidiana, tal es el caso del Apart-Hotel Paysage Caché que cuenta con un pequeño riachuelo (arrollo) que cruza cierta parte del terreno, siendo uno de los atractivos turísticos de este destino, ya que realza la belleza y las vistas panorámicas de Paysage Caché, también hacen que la vida silvestre se mantenga en las cercanías por la subsistencia de los recursos.

Las estrategias de promoción tienen el propósito de influir en la actitud y comportamiento del cliente o prospecto, utilizando herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y ventas personales.

Las estrategias tienen objetivos específicos, mensurables, alcanzables, pertinentes, en un plazo determinado, por ende, se debe valorar el estado actual de las estrategias existentes, para así innovar de acuerdo a las tendencias del día a día.

El Apart-Hotel Paysage Caché cuenta con estrategias de promoción las cuales fueron diseñadas por el propietario del establecimiento, con el objetivo de dar publicidad a este destino turístico, pero actualmente se manejan las mismas estrategias desde los inicios, dejando de un lado la tendencia, tal es el caso de la red social Instagram que en esta época es la más utilizada para promover destinos, servicios y productos turísticos.

Como bien es sabido las estrategias de promoción son un plan necesario para mantener en buen funcionamiento el desempeño de una empresa, se considera parte esencial actualizar estos planes de acuerdo al entorno actual y la fecha de caducidad que esta posea, dos factores claves para mantener las estrategias actualizadas son factor tiempo y la tecnología.

Asegura el propietario de Paysage Caché que se le ha dificultado el mantenimiento adecuado y la actualización de las plataformas existentes que conforman las estrategias de promoción, debido a la inexistencia de redes wifi y a la poca accesibilidad a redes móviles de la comunidad, provocando así que en estas plataformas pocas veces se publique

información actual o entretenimiento que sea de más interés para las personas que buscan informarse.

Las estrategias de promoción de Paysage Caché: Brochure: Folletería en donde se describió los productos y servicios turísticos de Paysage Caché, con colores de acorde a la imagen y temporada del establecimiento, Todas las estrategias de promoción tienen plazos de caducidad, por lo tanto, se deben actualizar constantemente de acuerdo a las tendencias y temporadas.

Página web: Estrategia de promoción pionera, se encuentra como www.paysagecache.com. Utilizada frecuentemente por turistas tanto nacionales y extranjeros que buscan información de destinos turísticos del país, a través de esta página algunos turistas establecen contacto con el Apart-Hotel o realizan sus reservaciones.

Página en Facebook: Se creó una página en la red social Facebook la cual contiene fotos e información de Paysage Caché, se encuentra como Apart-Hotel Paysage Caché. Esta página no es actualizada constantemente, debido al poco acceso a redes wifi y móviles, aseguro el propietario del establecimiento.

Booking.com: Es un metabuscador de viajes para reservas de alojamiento. En esta plataforma se agregó información y fotos de Paysage Caché Según el propietario es la

Resultado N° 3. Diseño de estrategias de promoción para el desarrollo turístico de Apart-hotel Paysage Caché.

En el cual se planteó diseñar estrategia de promoción para el desarrollo turístico del Apart-hotel Paysage Caché, comunidad San Roque municipio de Estelí, periodo 2019.

Según la investigación realizada, al analizar la información obtenida, se pretende diseñar nuevas estrategias de promoción para así posicionar a Paysage Caché en el mercado nacional como internacional.

Las estrategias de promoción son herramientas a corto plazo para promover los destinos turísticos, estas deben darse a conocer a través de las tendencias, para que tengan un mayor alcance.

Propuesta de Promoción para el desarrollo turístico de Apart-Hotel Paysage Caché.

Nombre: Estrategia de promoción.

Objetivo: promocionar a mayor escala los atractivos turísticos del Apart-Hotel Paysage

estrategia que ha sido más eficaz para Paysage Caché, la mayoría de los turistas extranjeros realizan sus reservaciones a través de este medio.

Caché a través de las estrategias de desarrollo propuesta.

El Apart-Hotel Paysage Caché se encuentra en una zona poco conocida ya que la comunidad San Roque es más que todo un enlace de camino hacia el municipio del Sauce del departamento de León, debido a esto El Apart-hotel está destinado para estancias mayores a un día por lo cual están equipadas con refrigeradoras, cocina, vajilla, microondas y lo necesario que se puede utilizar durante la estancia.

Durante el periodo de visitas continuas pudimos apreciar que la afluencia de turistas no es constante por ende comprendimos que, aunque el lugar posea atractivos turísticos y oferte sus servicios y productos turísticos hace falta ofertar mas tanto en el mercado nacional e internacional.

Como futuros profesionales en la carrera de turismo sostenible, al analizar la situación se pretende diseñar estrategias de promoción

para el desarrollo turístico de Apart-hotel Paysage Caché.

Estrategia Visual: (Creación de un brochure).

Debido a la creciente necesidad de identificación por parte de las empresas a través de los logotipos y las marcas, la creación de una estrategia de identidad visual ha dejado de ser un tema exclusivo, de las grandes multinacionales para formar parte de los pilares básicos del plan empresarial a la hora de crear cualquier identidad o marca.

Es importante la actualización del brochure anterior, para que valla de acuerdo a la temporada actual. Ya que la tecnología hace que los folletos informativos después de cierto tiempo caduquen, toda publicación tiene un ciclo de vida, estos podrían variar con una estrategia visual de acuerdo a la temporada.

Este contendrá la principal información del local tales como los servicios que oferta, actividades y la ubicación de este mismo, se pretende dejar algunos brochures en otros hoteles, café y restaurantes de la ciudad de Estelí.

A continuación se muestra el brochure que se elaboró.



Parte exterior del brochure.



Parte interior del brochure.

Estrategia visual de digital “spot publicitario”

Creación y diseño de un spot publicitario en donde se muestran los principales atractivos, servicios y producto turístico del Apart-Hotel Paysage Caché con la finalidad de promover este destino, promocionándolo a través de las redes sociales, plataformas y tendencias sociales del Apart-Hotel Paysage Caché.

El spot publicitario que se creó es un video corto donde se muestran fotos y videos del establecimiento, sus servicios y producto turístico, tiene una duración aproximada de un minuto y 20 segundos, en donde se va describiendo uno a uno la galería de fotos presentada con un fondo musical dinámico.

La redacción del spot publicitario fue redactada de la siguiente manera:

“Ven acompáñanos a conocer Paysage Caché, situado a tan solo 10 km de la ciudad de Estelí, en la Comunidad San Roque, carretera al Sauce León.

Ofrecemos servicio de alojamiento en cabañas apartamentos y suite, rodeado de la naturaleza en su total esplendor, podrás escuchar el agua fluyente del riachuelo que atraviesa el terreno de Paysage Caché acompañado del trinar de las aves, además ofrecemos el servicio de alimentos y bebidas preparados con amor y buena sazón. Durante tu estadía con nosotros podrás realizar cabalgatas pasear por los jardines y áreas verdes o bien cosechar con tus manos unas deliciosas fresas que podrás degustar como prefieras.

Ven conoce Paysage Caché, un pedacito de Paysage oculto en el norte de nuestro país.

Contáctanos: www.paysagecaché.com

O a los números de teléfono 8969-2972 o bien 8400-1886

Paysage Caché, un destino por conocer.”

Conclusiones.

Se logró identificar los principales atractivos turísticos existentes del Apart-Hotel Paysage Caché.

Al indagar acerca de las estrategias de promoción para el desarrollo turístico del Apart-hotel Paysage Caché se conoció el estado actual de dichas herramientas de publicidad del establecimiento.

Se diseñaron estrategias de promoción para el desarrollo turístico del Apart-hotel Paysage Caché, comunidad San Roque municipio de Estelí, periodo 2019.

Recomendaciones.

Al propietario:

- Ofertar al turista de paso o tránsito un menú variado, y actividades de entretenimiento.
- Innovar según las tendencias actuales para mejorar eventualmente la competitividad.
- Contratar un agente de ventas para publicidad, quien sea el intermediario

para dar a conocer a Apart- Hotel Paysage Cache.

- Instalar rótulos visibles en área de parqueo hacia donde se ubica la recepción del establecimiento.

- Actualizar la página web del sitio turístico, según los productos que se ofertan en la temporada correspondiente.

Bibliografía

- abc, d. (2017). *www.definicionabc.com*.
Obtenido de www.definicionabc.com.
- Arriaga, M. S. (s.f.). *entorno turistico*.
Recuperado el 11 de 04 de 2018
- chare, s. (s.f.).
- chare, s. (04 de octubre de 2014).
- Colina, J. M. (s.f.). Obtenido de www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- Diaz, A. H. (04 de 06 de 2012). *Consultor de Marketing* . Obtenido de <https://alfredohernandezdiaz.com/2012/06/04/que-es-el-marketing-directo-ventajas-marketing-relacional/>
- Diego, N. (05 de febrero de 2017). *recursos turisticos* .
- diego, n. (febrero 05 de 2017). *recursos turisticos y atractivos* . Obtenido de cuadernos de turismo.
- Digital, M. M. (2015). *Marketing Digital* . Obtenido de <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>
- elmundook.com*. (s.f.). Recuperado el 03 de 02 de 2019
- excelencia, e. e. (02 de abril de 2015).
- Figueroa, R. V. (29 de mayo de 2012). *crecimiento empresarial estrategico*. Obtenido de crecimiento empresarial estrategico.
- Gisolf. (2010). *turismo en teoria*.
- Gonzales, C. (2016). *conceptos universo, poblacion y muestra*.
- Graphic, G. (02 de Noviembre de 2011). *Publicidad exterior*. Obtenido de <https://grupographic.com/que-son-las-lonas-publicitarias-concepto-de-lona-publicitaria/>
- hoteleria. (2008-2009). Recuperado el feb03 de 2019, de copyright.
<https://mglobalmarketing.es/blog/estrategias-de-promocion-online>. (05 de mayo de 2015). Obtenido de <https://mglobalmarketing.es/blog/estrategias-de-promocion-online>.
- J.Dumazeider. (2003). *ocio dumazeider*.
Recuperado el 17 de 3 de 2018
- J.Meyer, V. D. (12 de septiembre de 2006). *la investigacion descriptiva* .
- Julian Perez porto, M. M. (2016). Recuperado el 10 de 04 de 2018
- krapf. (1959). Recuperado el 17 de 03 de 2019

- la mente es maravillosa . (13 de 01 de 2018). *diseños de investigacion enfoque cualitativo y cuantitativo* .
- Landi, C. R. (Jueves 17 de Mayo de 2012). *Problematica Turistica* . Obtenido de problematicaturistica.blogspot.com/2012/05/el-destino-turistico-definicion-y.html
- Lidefer. (16 de Marzo de 2019). *lifeder.com*.
- Lobato, m. (12 de Marzo de 2014). *tripAdvisor*. Obtenido de [tripAdvisor](http://tripAdvisor.com).
- Maldonado, c. (s.f.). *sildeshare*. Recuperado el 08 de 04 de 2018
- Mantero, C. V. (2008). *desarrollo turistico y desarrollo local*. Recuperado el 10 de 04 de 2018
- Manuel, j. (s.f.). *culturadel marketing*. Recuperado el 27 de 02 de 2019, de <https://laculturadelmarketing.com/author/admin/>.
- Martin, A. R. (s.f.). <https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/>. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/author/alberto-rubin-martin>.
- Martinez, R. (01 de 11 de 2009). *Rincon del Universitario*. Obtenido de la publicidad .
- PalomoTrigo, A. (7 de abril de 2012). *CONSUMER*.
- publicidad, T. s. (Noviembre de 2009). Obtenido de <https://todopublicidad.wordpress.com/2009/07/06/los-medios-publicitarios/>
- Pulgarin, E. A. (10 de agosto de 2011). *revista Vinculando* . Obtenido de *evolucion historica del turismo* .
- Pyme, E. (2016). *EmprendePyme.net*.
- Reservado, D. (2015). *bioenciclopedia* . Obtenido de *bioenciclopedia* .
- Rivera, L. S. (Viernes 08 de Mayo de 2009). *Consultor Turistico* . Obtenido de estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html
- Rosado, C. A. (s.f.). *publicidad turistica*. Recuperado el 08 de 04 de 2018
- Rousslin, j. (s.f.). <http://www.todomktblog.com/2013/06/mkt-turistico.html>. Recuperado el 27 de 02 de 2019, de <http://www.todomktblog.com/2013/06/mkt-turistico.html>.
- Santiago, I. (12 de 01 de 2019).
- SECTUR. (2002).
- selltiz. (12 de octubre de 2011). *poblacion y muestra de la investigacion*.
- significados.com. (01 de 09 de 2016). *significado de muestra* .
- slideshare*. (11 de abril de 2011). Obtenido de *slideshare*.
- team, B. D. (s.f.). Obtenido de <http://espana.brochuredesignteam.com/Que-Es-Un-Brochure-0500.html>
- Timón, D. A. (s.f.). *Dialnet*. Recuperado el 11 de 04 de 2018
- Torisme. (1978). Recuperado el 17 de 03 de 2018
- Turismo, A. d. (16 de Mayo de 2016). *Aprende de Turismo*. Obtenido de <https://viajescorporativosperu.com/2016/05/16/impacto-economico-del-turismo-a-nivel-mundial/>
- turismo, a. d. (2016). *wordpress.com*. Obtenido de *wordpress.com*.
- Turismo, I. C. (s.f.). *ICT.cr*. Obtenido de <https://www.ict.go.cr/es/informacion-institucional/desarrollo-turistico.html>

Univercidad de Jaén. (s.f.). Recuperado el 07 de
Abril de 2018

Velasquez, I. C. (4 de junio de 2015). *historia y
evolucion del turismo* .

WordPress. (2018). Obtenido de
<https://definicion.de/attractivo/>

[www.eventosfera.com/promocion-de-destinos-
turisticos](http://www.eventosfera.com/promocion-de-destinos-turisticos). (24 de febrero de 2019).

Obtenido de
[www.eventosfera.com/promocion-de-
destinos-turisticos](http://www.eventosfera.com/promocion-de-destinos-turisticos).

www.significados.com. (07 de Abril de 2018).
Recuperado el 07 de Abril de 2018, de
www.significados.com.