



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALPA FAREM-
MATAGALPA

MONOGRAFÍA

Para optar el título de Licenciatura en Turismo Sostenible

TEMA:

Análisis del potencial Agroturístico de Finca Las Pilas, en el municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre de 2018.

AUTORES (AS):

Br: Diomaris Centeno Zeledón

Br: Mirtha Ruth Rojas Barahona

TUTOR (A):

Msc: Waleska Díaz Sánchez

Abril, 2019



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALPA FAREM-
MATAGALPA

MONOGRAFÍA

Para optar el título de Licenciatura en Turismo Sostenible

TEMA:

Análisis del potencial Agroturístico de Finca Las Pilas, en el municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre de 2018.

AUTORES: (AS)

Br: Diomaris Centeno Zeledón

Br: Mirtha Ruth Rojas Barahona

TUTOR (A):

Msc: Waleska Díaz Sánchez

Abril, 2019

DEDICATORIA

Dedico esta Monografía a Dios y a la Virgen María, la Inmaculada Concepción de María por haberme concedido llegar a esta etapa culmine y dado salud, sabiduría, fuerza y perseverancia para lograr mis objetivos, así mismo a su amor incondicional, y el acompañamiento en este arduo trabajo.

A mis padres, José Omar Centeno Aguinaga y María Magdalena Zeledón Orozco, quienes son mi mayor motivación, por su apoyo absoluto, por sus exhortaciones, sus valores, la estimulación constante que me ha concedido ser una persona de bien, y sobre todo por su amor y paciencia.

A mi hermana Ángela Centeno Zeledón, por ser ejemplo de los cuales asimilé, por ser un motor constante y modelo a seguir, a mis hermanos Omar y Bismark Centeno Zeledón por su ayuda generosa, acompañamiento en toda ocasión y edificadores de mi profesión.

A mis abuelas Ángela Aguinaga y Celsa Orozco, quienes me educaron con mucho respeto a través de valiosos consejos, me tuvieron en cuenta en sus oraciones, además de apoyarme emocional y económicamente.

Diomaris Centeno Zeledón

DEDICATORIA

A Dios primeramente por darme la fortaleza en tiempos difíciles, ya que él es mi sustento y me ha dirigido en esta trayectoria de mi preparación.

A mi padre Santiago Rojas (QED), por haberme dado su amor y consejos que me impulsaron hacia el avance de mi preparación como profesional, él fue mi mayor inspiración en cada paso de mi carrera. Este no solo es mi sueño sino el sueño de mi padre, él fue un instrumento en las manos de Dios, para guiarme por el camino correcto, con su ejemplo y dedicación. El me brindó su apoyo incondicional.

A mi madre Teresa Barahona, pilar fundamental en este gran logro su ayuda sin duda alguna ha sido uno de los más grandes aportes en todo este tiempo. No me abandono en ningún momento fue mi acompañante en este barco, sus oraciones por mí se fueron constante para que no desfalleciera.

A mi esposo Melvin Almendarez a mis hijos Christopher y Santiago por su amor, paciencia y comprensión en cada momento. Han aportado grandemente en mi preparación.

Mirtha Rojas Barahona

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mi familia, a maestros, a mis amigos, a hermanos en la fe, que me manifestaron su apoyo, quienes de una forma u otra contribuyeron para la cúspide de esta meta en mi vida.

Gratifico a UNAN - FAREM Matagalpa, por haberme educado y enseñado el pan del saber durante estos 5 años, por crear condiciones para mi formación profesional, por brindarme recursos didácticos, tecnológicos, y económicos para mi desarrollo y desempeño académico competitivo.

Gratitud a la profesora y coordinadora de la carrera Msc. Waleska Días Sánchez, por su entereza, soporte y principalmente por el conocimiento, experiencias profesionales y tiempo que me dedicó como tutora durante la elaboración de este trabajo y a todos los maestros que a lo prolongado de estos cinco años me han traspasado sus conocimientos.

Diomaris Centeno Zeledón

AGRADECIMIENTO

Agradezco de los más profundo a Dios padre dador de la vida, fuente de inspiración, que fue mi fortaleza en cada etapa de mi carrera, el me sustentó con su mano y su infinita misericordia y favor, gracias a Dios por la oportunidad de retomar mis estudios y así dar por concluido esta etapa que ha llenado de satisfacción mi vida y de esa manera sentirme realizada como profesional.

A mis maestros que con su dedicación y paciencia trabajaron arduamente, colaborando con sus conocimientos y enseñanza en todo el transcurso de nuestra carrera. A los profesores que desde el inicio de mi carrera aportaron con sus consejos y aliento.

Gracias profesora Msc. Waleska Díaz Sánchez, por su paciencia, apoyo y por compartir su conocimiento con nosotros y apoyarnos en el desarrollo de este trabajo.

A UNAN–FAREM Matagalpa por haberme brindado el pan del saber y así enriquecer mis conocimientos. He culminado mi meta con gran dicha y satisfacción.

Gracias a mis compañeras y amigas. Diomaris Centeno y Josselin Zeledón gracias a ustedes ya que fueron dos ángeles en mi camino, su amistad y su apoyo dieron un aporte en mi preparación.

Mirtha Rojas Barahona

RESUMEN

El presente estudio titulado Análisis del potencial Agroturístico de Finca Las Pilas, en el municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa II semestre de 2018. Tuvo como propósito analizar el potencial Agroturístico con el fin de describir la caracterización, la demanda potencial, y las tendencias entre otros aspectos de suma importancia para la temática, se abordan puntos esenciales Agroturístico.

De esta manera se confirmó que el potencial Agroturístico de la finca las pilas. Si está en condiciones para brindar un servicio complementario para los turistas que desean tener otro tipo de experiencias, lejos de la zona urbana, y entrar en contacto directo con la naturaleza y así aportar una semilla al medio ambiente y dejar una huella una verde a la naturaleza.

Se analizó la caracterización de la demanda potencial y se determina la caracterización como herramienta para el análisis de la situación actual de un sitio se puede llevar a cabo en fincas, hoteles, restaurantes, áreas protegidas, parques temáticos, entre otros.

Se describió la oferta turística, ya que los destinos deben brindar al turista productos que den satisfacción a sus necesidades y de acuerdo al tipo de experiencia que van a vivir. La oferta debe estar complementada con los elementos básicos tales como el alojamiento, alimentación entre otros.

La describe la demanda potencial, y así se obtiene una mejor idea de lo que buscan los turistas hoy en día. La necesidad ha convertido al turista en un explorador de esa manera el agroturismo de da al turista una respuesta a los que busca dado que lo rutinario cansa al turista, el sol y la playa ya no satisfacen sus preferencias.



Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa

“AÑO DE LA RECONCILIACIÓN”

CARTA AVAL DEL TUTORA

A través de la misiva certifico en carácter de tutora de la Monografía de graduación titulada: análisis del potencial agroturístico de finca las pilas, Municipio Terrabona, durante el II semestre, 2018

Presentado por:

Br. Diomaris Centeno Zeledón

Br. Mirtha Ruth Rojas Barahona

Considero que el trabajo investigativo antes citado, como requisito para optar al título de Licenciado en Turismo Sostenible, está enmarcado en las líneas de investigación del departamento de Educación y Humanidades y de la carrera Turismo Sostenible. Este trabajo investigativo cumple los requisitos necesarios para ser presentado ante el Tribunal Examinador de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua FAREM - Matagalpa.

MSc. Waleska Díaz Sánchez

Tutor

INDICE

1.	TITULO	
2.	DEDICATORIA	
3.	AGRADECIMIENTO	
4.	CARTA AVAL	
5.	RESUMEN	
6.	INDICE CAPÍTULO I	
7.	INTRODUCCIÓN	
8.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
9.	JUSTIFICACIÓN.....	2
10.	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	3
	Objetivo General:	3
	Objetivos Específicos:	3
CAPÍTULO II		
11.	ANTECEDENTES.....	4-6
12.	MARCO TEÓRICO	7-44
	12.1 Potencial turístico.....	7
	12.1.1 Agroturismo.....	7-8
	12.1.2 Caracterización	8

12.1.2.1 Posición Geográfica	8-9
12.1.2.2 Reseña Histórica	9
12.1.3 Oferta turística potencial	10-16
12.1.3.1 Situación actual del turismo	17
12.1.3.2 Inventario de los recursos	18
12.1.4 Recursos Naturales	18-19
12.1.4.1 Bosques	19
12.1.4.2 Fuentes Hídricas	19-20
12.1.4.3 Flora	20
12.1.4.4 Fauna	20-21
12.1.5 Recursos Socioeconómicos	21-22
12.1.5.1 Agricultura Organica	22
12.1.5.2 Ganadería	23
12.1.5.3 Gastronomía	23
12.1.6 Demanda turística potencial	24-33
12.1.7 Competencias	33-36
12.1.8 Tendencias del turismo	37-41
13. MARCO LEGAL	42-44
14. PREGUNTAS DIRECTRICES	45
CAPÍTULO III	
15. DISEÑO METODOLOGICO	46-49
CAPÍTULO IV	
16. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	50-86

CAPÍTULO V

17. CONCLUSIONES.....	87-88
18. RECOMENDACIONES.....	89
19. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	90-91
20. ANEXOS	

7 INTRODUCCIÓN

En el presente estudio se tiene como objetivo analizar el potencial agroturístico de Finca Las Pilas, en la comunidad El castillo, Municipio de Terrabona, durante el II semestre, 2018.

El agroturismo en la actualidad, es muy demandado en la industria turística, ya que hoy en día los turistas o mejor dicho exploradores buscan una experiencia con un giro contrario a lo que es el turismo de sol y playa, las expectativas han cambiado por muchas motivaciones, entre ellas se destaca, la necesidad del contacto con la naturaleza entre el turista y el medio ambiente, los turistas anhelan otras aventuras. El agroturismo le da esa respuesta a la demanda presente y a su vez es un gran generador de ingresos a las familias que tienen esta oferta en las diferentes fincas en los rincones del país, esto aporta a mejorar la calidad de vida de las comunidades.

El análisis del potencial agroturístico de la finca las pilas aporta grandemente al descubrimiento de los recursos naturales, que posee la finca con el fin de introducir a la oferta turística, dicha finca es importante conocer los rubros económicos que se desarrollan y que producto se obtiene como resultado de la producción.

Se aborda de manera resumida algunos antecedentes del potencial agroturístico. Dando a conocer momentos claves para el desarrollo de esta rama del turismo.

De acuerdo a la investigación se caracteriza el potencial agroturístico de la finca la cual posee una amalgama de riquezas naturales que la hacen única y la convierte en una oferta potencial.

Se describe la oferta turística potencial. Sin duda alguna la oferta le aporta satisfacción al explorador.

Se determina la demanda turística potencial, es decir se identifica que es lo que el turista necesita hoy en día y así llenar sus expectativas.

Se analiza la competencia del entorno. Y se valoran las tendencias

Este trabajo está estructurado por:

- Introducción: comprende el problema a investigar
- Objetivos generales y específicos: Se presenta formalmente los objetivos, en donde el objetivo general permite ofrecer resultados amplios, están ubicados en un espacio y tiempo, en cuanto a los específicos, son situaciones particulares que forman parte de circunstancias propias de los objetivos generales.
- Marco teórico: comprende la teoría que han realizado autores acerca de la evaluación del proceso del aprendizaje sus técnicas e instrumentos.
- Preguntas directrices
- Diseño metodológico que comprende el tipo de estudio, población y muestra, métodos, técnicas y plan de análisis.

8 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El desarrollo Agroturístico sustentable en la actualidad, es una de las mejores posibilidades de generar recursos económicos, más cuando su propósito es la concientización ambiental y se ubica entre las iniciativas de producción y productividad con mayor potencial de éxito por la diversidad natural y cultural que poseen.

Haciendo énfasis en el nuevo turista de hoy (explorador), el cual está interesado por los viajes ecológicos, dónde tiene mayor preocupación ambiental y trata de hacer prácticas sostenibles ambientales y sociales. Debido a la poca oferta y casi nula existencia de fincas turísticas agro ecológicas con visión ambiental no se ha satisfecho a esa demanda turística, por ende parte la necesidad de crear un nuevo espacio agro ecológico con las condiciones necesarias para que el turista interactúe con el medio que lo envuelve y pueda aportar a la preservación y conservación del medio ambiente, además de que se promueve el rescate de la cultura, los recursos naturales y económicos.

El análisis del potencial Agroturístico evita una sobre dimensión de los proyectos, disminuyendo los efectos negativos sobre el medio ambiente, así mismo permite delimitar las características y especificidades del territorio para la elaboración de una oferta turística local original que permita diferenciarse de las regiones competidoras que están al mismo nivel; determina las características de la clientela y de las tendencias del mercado permitiendo el diseño de productos turísticos ajustados a la demanda.

Por tal motivo surge la necesidad de plantear la siguiente pregunta de investigación: ***¿Cuál es el análisis Agroturístico de Finca Las Pilas, en el Municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre 2018?***

9 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación llamada análisis del potencial Agroturístico de finca las pilas, tiene como propósito analizar el potencial Agroturístico de finca Las Pilas, comunidad El Castillo, Municipio Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre 2018.

El análisis del potencial Agroturístico es una herramienta para valorar los recursos naturales como culturales con los que cuenta un determinado lugar y caracterizar aquellos atributos que les permitirá definirse como viables para ser aprovechados turísticamente.

Este estudio permite obtener una visión más detallada acerca de las cualidades que posee la finca, con el propósito de conocer su potencial para vincularse a las actividades turísticas y que sea referencia como sitio turístico del municipio de Terrabona, identificando así visitantes nacionales y extranjeros.

El análisis permitiría que las instituciones públicas como el INTUR y privadas como las Tour Operadoras, cuya función es comercializar y promover las iniciativas turísticas incorporen a la oferta del departamento la finca, al tener una visión clara de lo que se pretende con la investigación, se pueden iniciar mejoras de infraestructura turística, partiendo de su oferta y demanda potencial, competencias y las tendencias del turismo.

Esta investigación sirve como referencia para futuros trabajos de estudiantes que realicen una investigación bajo este mismo tema del análisis del potencial Agroturístico, aportará al propietario una mejor percepción acerca de las actividades turísticas que se pueden implementar en su finca y el impacto económico que esto puede generar para los habitantes de la Comunidad El Castillo, si la finca es incluida como un referente de la oferta Turística del departamento de Matagalpa.

OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

General:

Analizar el potencial Agroturístico de Finca Las Pilas, en el municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre de 2018.

Específicos:

1. Caracterizar el potencial Agroturístico de finca Las Pilas, en el municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre de 2018.
2. Describir la oferta turística potencial de finca Las Pilas, en el municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre de 2018.
3. Determinar la demanda turística potencial de Finca Las Pilas, en el Municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre.
4. Analizar la competencia del entorno de Finca Las Pilas, en el Municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre.
5. Valorar las tendencias del Turismo que incidiría en el desarrollo del agroturismo en Finca Las Pilas, en el Municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre de 2018.

11 ANTECEDENTES

El agroturismo es una de las modalidades del turismo en espacios rurales, en el que se incluye el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros. De acuerdo con la definición de la Organización Mundial de Turismo (OMT), según Barrera (2006) el agroturismo es la actividad que se realiza en fincas, granjas y lugares de plantaciones donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.

El agroturismo es considerado como una actividad en que el visitante contempla el espacio agrícola, en el entorno del paisaje de la granja, o que participa en un proceso agrícola con fines recreativos o de ocio (Fleischer y Tchetchik, 2005; veek et al., 2006), para la generación de ingresos o agregar valor a la granja o finca y sus actividades. Varias actividades se clasifican como agroturismo, incluyendo visitas diarias o excursiones, paseos en el huerto, operación de colectas de frutas.

Nicaragua posee gran potencial Agroturístico en cuanto a la belleza de sus paisajes pintorescos, flora y fauna. La ganadería y la agricultura son actividades laborales cotidianas que se desarrollan a diario en las fincas, granjas entre otros; además posee interesantes tradiciones, en sus expresiones de arquitectura, artesanías, folklore, costumbres y ha sido objeto de estudios por organizaciones internacionales que han apoyado el desarrollo turístico del país.

En Nicaragua se realizaron estudios de potencial agroturístico por Turasist elaborado con el propósito de describir las condiciones generales de inversión en la industria hotelera. Como resultado se obtuvo que Nicaragua tenía las condiciones para desarrollarse turísticamente, en el estudio participo la Universidad Centroamericana (UCA) y el centro de investigación de ecosistemas acuáticos (CIDEA). Citado por Arriaza, (2008).

En el departamento de Matagalpa se han realizado estudios de potencial Agroturístico a continuación se mencionan algunos de ellos.

Rosales (2006), identificación del Potencial Agroturístico en 7 fincas de la Reserva Natural Cerro Apante, Matagalpa, Nicaragua, obteniendo como resultado, que la Reserva Natural posee suficientes y variados atractivos turísticos tales como: Apreciación de la fauna y la flora a través de la exploración de montañas en los senderos naturales, mediante caminatas y paseos a caballo. Actividades culturales que ofrecen una alternativa para los turistas que buscan conocer la idiosincrasia y la forma de vida tradicional yendo más allá del turismo de naturaleza. La observación de los recursos naturales junto con el aprendizaje de mecanismos de conservación que ofrece una opción de desarrollo no sólo económico sino el agroturismo.

Dávila (2007), elaboró un estudio acerca de la Identificación del potencial Agroturístico en tres fincas de la Reserva Natural Cerro Arenal, Matagalpa, Nicaragua, las principales conclusiones obtenidas en el estudio que respaldan una iniciativa de turismo de naturaleza en estas 3 fincas de la Reserva Natural Cerro Arenal son: El plan de manejo avala las actividades de ecoturismo en todas sus zonas, en el uso potencial y en los programas que incluyen este tipo de actividad.

El potencial Agroturístico de las fincas estudiadas es evidenciado por el circuito Agroturístico propuesto para la reserva donde se presentan los diversos atractivos naturales encontrados en las fincas, este circuito está basado en el acceso a las fincas recorriendo varios sitios que están conectados y puede incluir el hotel de Montaña Selva Negra, junto con Shamballa, San Antonio y San Luis en esta R. N como un paquete turístico. La diversidad y belleza de especies de flora y fauna, que se identificaron a lo largo del recorrido de los senderos en cada finca y por último los propietarios de las fincas del área protegida presentan buen grado de interés en iniciar una operación turística, esto debe ser considerado por los administradores del área protegida para aprovechar las iniciativas de cada uno de los propietarios.

“El agroturismo transforma al turista en agricultor” por Roger Solórzano.

Según Solórzano (2007) Las fincas agroturísticas en Nicaragua tienen el potencial para convertirse en santuarios vivenciales para los turistas que buscan como desconectarse de las urbes. Los sitios con mayor potencial son las montañas del norte de Nicaragua, las reservas de biosferas Ometepe y Rio San Juan.

El agroturismo tiene un extraordinario potencial en Nicaragua. Se trata de adicionar ingresos directos y constantes que permite a los productores obtener ingresos, las fincas que se han involucrado en el agroturismo son exitosas entre ellas está la hacienda la Hamonia, en el cerro el Arenal Matagalpa, es muy poco conocida, pero Selva Negra, el hotel de montaña impulsado desde hace de más de dos décadas, es un sitio que cuenta con unas de las marcas turísticas con mayor reconocimiento en el país. Ahora hay en el país varias decenas de fincas que ofrecen estancias por un solo día o pernoctación, en cabañas que pueden ser modestas, razonablemente cómodas o muy confortables. Nicaragua es el país más agrícola de Centroamérica, líder en producción de leche y carne, muy competitivo en café, cacao, maní y granos básicos. Eso nos permite afirmar, que el potencial es enorme. Solórzano, (2007)

12 MARCO TEÓRICO

Para llevar a cabo el siguiente trabajo se deberá tomar en cuenta algunos conceptos teóricos de diversos autores e instituciones afines al turismo para fundamentar en esta investigación.

12.1 Potencial Turístico

Según Andrade (2009) citado por Herrera (2008) “la potencialidad turística es el resultado del análisis del inventario de los recursos culturales de una esfera o círculo de cultura y de los datos cuantitativos y cualitativos de los atractivos turísticos, agrupados según su tipología de la actividad turística alternativa, ecoturismo, etnoturismo, turismo de aventura, turismo rural, agro turismo, turismo comunitario, turismo religioso, científico y turismo cultural.

El potencial Agroturístico, es el análisis de la situación turística existente, complementado con actividades agrícolas y gastronómicas. Una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias, para luego poner a disposición del visitante los recursos con los que cuenta dicho lugar.

Es un análisis que se utiliza para definir y caracterizar aquellos atributos con los que cuentan dichos recursos, que les permitirán precisar como viables para ser desarrollados turísticamente y, así mismo, detallar qué tipo de actividades turísticas pueden ofertarse a ese atractivo.

12.1.1 Agroturismo

El agroturismo es una de las modalidades del turismo en espacios rurales, en el que se incluyen el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros. De acuerdo con la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), citada por Barrera (2006), el agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con

alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.

El agroturismo se basa en llevar a cabo actividades agropecuarias diseñadas para ofertar a los turistas que desean vivir experiencias en los campos de trabajos, conocer la forma de operación, proceso de siembra, de producción y de cosecha de productos comestibles ya sean granos básicos, frutas, verduras, legumbres, vegetales, especies entre otras.

El potencial Agroturístico, es el estudio de la situación turística existente, una fase del proceso de planificación turística, que como resultado se pone a disposición del visitante los recursos con los que cuenta dicho lugar.

12.1.2 Caracterización

Según Bonilla Hurtado (2009) la caracterización es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente, establecer su significado (sistematizar de forma crítica).

Consiste en una descripción con fines de identificar aspectos que componen un sitio, a partir de la observación o experiencia vivida, todo esto se finaliza con una conceptualización.

La caracterización como herramienta para el análisis de la situación actual de un sitio se puede llevar a cabo en fincas, hoteles, restaurantes, áreas protegidas, parques temáticos, entre otros.

12.1.2.1 Posición Geográfica

La posición geográfica es un sistema artificial de localización basado en dos ejes de coordenadas angulares: la latitud y la longitud. Por un lado, se mide la amplitud del lugar en cuestión (a través de líneas conocidas como paralelos) y, por otro, la largo (cuyas líneas tonada los meridianos). A provenir de oriente sistema de

coordenadas, se puede adaptar cualquier lugar en la capacidad terrestre (Gardey, 2015).

Lo anteriormente proyectado indica que la posición geográfica es igual a localización y este, término usado en especial para identificar donde están situados ciudades, países, puertos, accidentes geográficos, aunque también puede estar referido al sitio donde se encuentra cualquier objeto o ser vivo.

La posición geográfica puede emplearse con mención a la ubicación de un determinado lugar pero específica sus límites coordinadas, latitud, altitud y demás elementos que son necesarios para lograr describir un determinado lugar o espacio geográfico.

12.1.2.2 Reseña Histórica.

Es un texto breve que se propone repasar los hechos históricos de un determinado asunto. Este tipo de notas brinda una visión general sobre el objeto reseñado con un formato descriptivo-informativo, tenemos que dejar patente que toda reseña histórica requiere que cuente con una serie de partes o de elementos imprescindibles (Merino, 2011).

La Reseña Histórica es una nota que a grandes rasgos, debe tener una introducción, un cuerpo central donde se aborden los acontecimientos analizados y finalmente una conclusión, donde se establezcan los resultados a los que se ha llegado gracias al pertinente análisis.

Una reseña histórica puede ser sobre ciencias o estudios del área (literatura, química, contabilidad, anatomía, estadística), como también de entes, organizaciones como empresas o asociaciones, países, personas, deportes, actividades, y un sin fin de eventos o sucesos que presenten alguna historia o pasado.

12.1.3 Oferta turística potencial

Es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. SEGITTUR (2014)

Es el conjunto de productos asociados al servicio de un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que poseen un determinado valor y que es puesto a disposición del público en un mercado para estos puedan hacer uso y goce de estos servicios.

Nicaragua cuenta con sitios e infraestructuras que la hacen posesionarse dentro de una oferta y al complementarla con otras actividades recreativas como fiestas, expresiones culturales, actividades religiosas, hechos históricos convierten los sitios en ofertas turísticas, todo esto con el fin de ser ofertados a los consumidores, cabe resaltar que la oferta turística abarca los servicios de alimentación y hospedaje ya que es complemento a lo anterior.

12.1.3.1 Alojamiento

De la Torre, (1989), citado por Blandón, Centeno (2013) El servicio de alojamiento es el que satisface al turista es decir cumple una necesidad básica para el turista por su grado de asociación con el departamento turístico, se le considera como “unidad de servicio esencialmente turístico”.

El turista dispone de una amplia variedad de tipo de alojamiento los cuales varían desde una casa de huéspedes a un modesto hotel. Este servicio se dedica de una manera profesional a proporcionar habitaciones a las personas que requieren de este servicio y al a vez ofrecer otros de una manera complementaria.

En la actualidad alojamiento es un servicio que se ofrece a las personas que salen fuera de su residencia actual, ya sea por motivos de negocios o placer y necesitan hospedarse en algún lugar para pasar las noches o para descansar durante el día. En la actividad turística de Matagalpa, existen diversos

establecimientos de alojamiento pero la mayoría de estos no brindan servicios complementarios, por la falta de organización.

12.1.3.2 Alimentación

De la Torre, (1999), define que los establecimientos donde se sirve comida y bebidas generalmente suelen estar vinculados con los establecimientos de alojamiento y ofrecen al público un servicio y un producto por lo general el servicio consiste en atender a los clientes que acuden al restaurante o bar, el producto son los alimentos que se sirven en estos establecimientos.

La alimentación es la costumbre o comportamiento del ser humano es por ello que los alimentos son de vital importancia para los humanos puestos que estos son los encargados de mantenerlos con vida. En cuanto a turismo la alimentación es muy indispensable para que el lugar sea muy visitado este servicio sería de gran magnitud para satisfacer las necesidades del turista

Es decir la alimentación es una actividad que proporciona la satisfacción de necesidades, en el municipio de Matagalpa existen restaurantes, comida buffet, comedores típicos, fritangas y cafeterías que brindan este servicio que producen un contacto social y un mayor volumen de la economía de diferentes lugares.

12.1.3.1 Infraestructura Turística

Infraestructura, es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende; aeropuerto, puerto, sistema vial, acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte y aseo urbano. Latinos.us (2013)

Define la infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico.

La infraestructura turística como tal en Nicaragua suele ser diseñada de acuerdo a la características del entorno, es decir en la zona de playas se combina la infraestructura rústica con la convencional y suele ser en el caso de los puertos, y aseo urbano, por otro lado en los sitios de reservas naturales la infraestructura debe tener prioridad, ya que por las tipologías del sitio requieren mayor y mejor forma de construir para crear condiciones donde se desarrolle de forma sustentable la actividad turística.

12.1.3.1.1 Energía eléctrica

La energía es la capacidad de los cuerpos para realizar un trabajo y producir cambios en ellos mismos o en otros cuerpos. Es decir, la energía es la capacidad de hacer funcionar las cosas. Energy (2014)

La energía es una magnitud física que se presenta bajo diversas formas, está involucrada en todos los procesos de cambio de estado físico, se transforma y se transmite, depende del sistema de referencia y fijado este se conserva. La energía se define como la capacidad de realizar trabajo, de producir movimiento, de generar cambio.

Nicaragua es el país de América Central que posee la generación de electricidad más baja, así como el porcentaje más bajo de población con acceso a la electricidad. La energía eléctrica es uno de los servicios básicos indispensable en 44 la vida del ser humano, puesto que es utilizada para el consumo de los aparatos electrónicos que son manipulados por los humanos.

12.1.3.1.2 Agua potable

Del latín aqua, el agua es una sustancia cuyas moléculas están compuestas por un átomo de oxígeno y dos átomos de hidrógeno. Se trata de un líquido inodoro (sin olor), insípido (sin sabor) e incoloro (sin color), aunque también puede hallarse en estado sólido (cuando se conoce como hielo) o en estado gaseoso (vapor). El agua es el componente que aparece con mayor abundancia en la superficie terrestre (cubre cerca del 71% de la corteza de la Tierra). Forma los océanos, los ríos y las lluvias, además de ser parte constituyente de todos los

organismos vivos, La circulación del agua en los ecosistemas se produce a través de un ciclo que consiste en la evaporación o transpiración, la precipitación y el desplazamiento hacia el mar.

Cada uno de los seres vivientes están compuesto por agua y se necesita del agua, ya que este es un líquido vital muy importante; cada una de las labores depende el recurso agua, para la alimentación, el aseo personal y del hogar, cocinar, hasta para la salud ya que es importante que al menos al día se consuma 1 litro de agua, aun cuando está es sin sabor y color como antes se menciona y es bueno recordar que hasta en estado sólido esta es consumida.

El departamento de Matagalpa, a pesar de que es una zona montañosa y donde es enriquecida por las abundantes aguas de lluvia, tiene déficit en el agua potable, ya que no se abastece a todas las familias. Durante la época de verano, esta tiende a reducir por lo que aumenta el escases de agua en las ciudades y también en áreas rurales.

12.1.3.1.3 Salud

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) citado por Pérez Porto (2012), la salud es la condición de todo ser vivo que goza de un absoluto bienestar tanto a nivel físico como a nivel mental y social. Estado en que un ser u organismo vivo no tiene ninguna lesión ni padece ninguna enfermedad y ejerce con normalidad todas sus funciones.

La salud del individuo depende de las condiciones familiares, emocionales, climáticas, sociales hasta políticas, ya que estos aspectos tienden a crear emociones ya sean para bien o para mal, porque el organismo reacciona ante estos eventos. Toda persona que desee hacer turismo debe contar con la salud necesaria, ya que las actividades turísticas requieren de esfuerzo y capacidad física.

En Nicaragua uno de los principales avances, que ha tenido es la inversión en los puestos de salud para brindar a los ciudadanos una de vida atención a la hora que estos lo requieran, estos establecimientos del MINSA se organizan en forma de

red de referencia y se distinguen de la siguiente manera: puesto de salud familiar y comunitaria, hospitales primarios, policlínicos, hospitales departamentales, hospitales regionales (con sus centros de diagnóstico de alta tecnología), hospitales con servicios de referencia nacional y servicios nacionales de tercer nivel de atención.

12.1.3.1.4 Servicios higiénicos

Es el medio por el cual el ser humano hace uso para eliminar higiénicamente las excretas y orinas lo que permite tener un medio ambiente limpio y sano tanto en la vivienda como en las proximidades de los usuarios. OMS (2012)

Los servicios higiénicos es el servicio más demandado por todos ya sea el visitante local o extranjero, todo negocio a la hora de su construcción debe tener en cuenta crear un espacio en donde el visitante pueda hacer sus necesidades de expulsión de heces y orina.

Todo sitio turístico debe presentar las condiciones óptimas de higiene, ya que la limpieza es la presentación del lugar, además de que se debe tener en cuenta la salud de los turistas y que estos regresen sin ningún problema de salud o enfermedad a su residencia.

12.1.3.1.5 Servicios telefónicos

Del griego antiguo, TELE (lejos) y FONIA (sonidos). Entonces telefonía se puede definir como la ciencia que tiene por objeto la transmisión de sonidos a distancia, utilizando todos los medios y procedimientos para el envío, transporte y recepción de sonidos. Y donde el teléfono es un dispositivo de telecomunicación, diseñado para transmitir señales acústicas por medio de señales eléctricas a distancia.

Cervantes (2003) define el servicio de telefonía móvil o telefonía celular como el sistema de comunicación para la transmisión de sonidos, mediante corrientes

eléctricas u ondas electromagnéticas. Sirve para comunicarse a larga distancia inalámbricamente a través de ondas que emite el dispositivo como los celulares.

Los autores reflejan que los servicios telefónicos son dispositivos tecnológicos capaces de comunicar a un individuo con otro a larga distancia, ahora no sólo se puede hablar y enviar mensajes de texto sino que también se pueden hacer video llamadas.

En Nicaragua cada día aumentan las nuevas tendencias tecnológicas y las herramientas de comunicación están más cerca de los consumidores, logrando así una mayor y mejor comunicación. Hoy en día los turistas demandan un excelente servicio telefónico, para compartir con sus familias y amigos en vivo las experiencias que está viviendo en el destino turístico visitado.

12.1.3.1.6 Vías de acceso

Es el conjunto de características que deben disponer un entorno urbano, edificación, producto, servicio o medio de comunicación para ser utilizado en condiciones de comodidad, seguridad, igualdad y autonomía por todas las personas, incluso por aquellas con capacidades motrices o sensoriales diferentes. Simonetti (2014)

Es el grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas. En pocas palabras vías de acceso es la característica del urbanismo, la edificación, el transporte o los medios de comunicación que permiten a cualquier persona su utilización sin obstáculos algunos.

La buena accesibilidad promueve la alta movilización y la satisfacción de todos los individuos que se transportan de un lugar a otro con el fin de realizar alguna actividad. En Matagalpa las vías de acceso del centro son adecuadas, pero la

infraestructura vial hacia las comunidades rurales están sin reparar por lo que se dificulta el traslado de personas u objetos de la ciudad al campo.

12.1.3.1.7 Transporte

Es el medio de traslado de personas o bienes desde un lugar a otro el transporte comercial moderno está al servicio de interés público e influir todos los 48 medios e infraestructuras implicadas en el movimiento de las personas o bienes, así como los servicios de recepción entrega y manipulación de tales bienes. Son todos los medios como, buses, taxis, camiones, camionetas, microbuses que permiten trasladarse de un lugar a otro siendo necesario en la actividad turística para el desplazamiento del visitante. Umbarila (2015)

Se le considera transporte a los objetos por los cuales las personas se trasladan de un lugar a otro con el fin de llevar a cabo una diligencia, o se transportan a sitios turísticos, estos medios se mueven por medio de unas series de herramientas que se unen y apoyado por un conductor llevan a cabo la función de recorrer cientos de kilómetros hasta llegar al destino.

Matagalpa es uno de los departamentos que posee una amalgama de transporte público y privado, debido a que es una de las zonas más productivas del país, durante todo el año se cosecha, por lo tanto se demanda el transporte de carga. No obstante en el transporte hay grandes aspectos negativos debido a que recorren las rutas sobrepasando la capacidad de carga, sin importar las consecuencias que pueden pasar.

12.1.3.1.8 Señalización Turística

Las señales turísticas, son aquellas que se utilizan para indicar a los usuarios con anticipación la aproximación de lugares de interés turístico, así como actividades, servicios turísticos y relacionados. Esta información se realiza a través de íconos y palabras organizadas en un letrero. Cáceres (2011)

La señalización Turística orienta a los visitantes durante su recorrido de inicio a fin, brindándole información precisa y anticipada de los recursos o atractivos turísticos de la zona. Son los rútilos y signos que indican que camino seguir hasta llegar al sitio deseado.

Las señalizaciones turísticas son básicas a la hora de encontrar sitios turísticos, puesto que si es un visitante nuevo en la zona y desea llegar al destino no podrá por qué no tendrá una forma de guiarse. En Nicaragua hay debilidades y escasa inversión en cuanto a la señalización, existe poca o casi nula señalización turística por lo que los viajeros tienden a confundirse o a perderse.

12.1.3.2 Situación actual del turismo

La situación actual es el desempeño de los seres humanos en diferentes áreas geográficas y de acuerdo a este desenvolvimiento logran mejorar su estado económico, cultural y social, por ende cada determinado tiempo varían estos datos y es necesario estar estudiando la situación actual del lugar para lograr datos confiables uno de los puntos que retoma la situación actual es la organización comunitaria. William I. Thomas, E. A. (2005).

La situación actual del turismo se mide a través de la observación directa en los destinos y atractivos turísticos que prestan servicios a los turistas, cuya situación debe estar en óptimas condiciones para satisfacer a la demanda.

Actualmente en Nicaragua la situación del turismo está decaída como consecuencia de la crisis sociopolítica, que ha generado grandes pérdidas económicas, generando al cierre de hoteles, restaurantes, tour operadoras, agencias de viaje, transportes turísticos y centros recreativos. Así mismo ha bajado la demanda y presencia de turistas especialmente extranjeros. No obstante las empresas turísticas que han prevalecido, están tomando acciones y nuevas estrategias para enfrentar la crisis y satisfacer a los turistas que se aventuran a viajar al país aun con los bajos niveles de seguridad que existe.

12.1.3.3 Inventario de los recursos

Según Ministerio de comercio Exterior y Turismo, MINCETTUR (2006) “el inventario constituye un registro y un estado integrado a todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, cada vez que sirve como un punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional”.

El inventario permite identificar los recursos potenciales existentes en un determinado lugar, con el fin de llevar a cabo una planificación ya sea turística o ambiental, dicha planificación se sirve de estrategias que den respuesta a la necesidad de los turistas que buscan espacios abiertos y naturales para vivir experiencias únicas.

En Nicaragua diferentes instituciones nacionales e internacionales afines al turismo han elaborado inventarios, con el objetivo de conocer a profundidad los diferentes componentes y recursos naturales con los que goza el país, unas que otras elaboran dicho documento con el motivo de diseñar circuitos y paquetes turísticos para ofertar a los turistas.

12.1.3.1 Recursos Naturales

Según Marcano, (2010) Los Recursos Naturales son un bien, una sustancia o un objeto presente en la naturaleza, para satisfacer las necesidades y deseos de una sociedad humana. Por lo tanto se trata de una materia prima, mineral (ejemplo el agua) o de origen vivo (ejemplo el pescado). Puede ser de materia orgánica como el petróleo, el carbón, el gas natural o la turba. También puede tratarse de una fuente de energía: energía solar, energía eólica o, por extensión, de un servicio del ecosistema.

Los recursos naturales son los componentes que proporciona la naturaleza al hombre y a los animales para su supervivencia, destacándose los más importantes las fuentes hídricas y los bosques.

En Nicaragua existe variedad de recursos naturales como: Ojos de aguas, Lago, y diversidad en Flora y Fauna, hoy en día muchos de estos recursos son utilizados en las actividades turísticas por desgracia no todos los prestadores de este tipo de servicio le dan al recurso su debido manejo

12.1.3.1.1 Bosques

Los bosques tropicales son algunas de las áreas con mayor diversidad biológica de la tierra ya que en ella habitan muchas especies de plantas y animales y proveen importantes servicios ecológicos, entre ellos, la regulación climática. También, cientos de millones de personas viven en los bosques tropicales o cerca de ellos y la presión de desarrollo de estas áreas, especialmente en países en vías de desarrollo, es intensa. Vargas (2015)

Los bosques son prácticamente la subsistencia de todos los seres vivos del planeta, ya que ellos son generados de agua y de oxígeno, además de ser la casa y el refugio de cientos de animales silvestres que construyen sus nidos y se alimentan de las flores y frutos de los árboles.

Nicaragua posee riqueza de bosques en todo el país, en algunas regiones están más presentes que otras y con diferentes características, dentro de los que se puede encontrar son: bosques tropicales húmedos, bosques tropicales secos, bosques de nebliselva, Manglares, humedales, bosques de galería y bosques secundarios.

12.1.3.1.2 Fuentes Hídricas

El agua es uno de los componentes del ecosistema y posee una enorme influencia sobre la vida. (Gispert., 2000,).

Las fuentes hídricas se originan a partir de la infiltración de las aguas de lluvias al suelo y subsuelo, donde se purifica y recorren grandes kilómetros de territorio bajo el suelo por medio de venas, naciendo así en ojos de agua y manantiales, los cuales abastecen a la población, a los animales, así mismo se utiliza para la producción agrícola por medio del sistema de riego.

Nicaragua posee abundantes fuentes hídricas muchas de estas se dan de forma natural ya que este país cuenta con muchas reservas que logran los nacimientos de ojos de agua, manantiales y fuentes.

12.1.3.1.3 Flora

Es un término latino que permite nombrar a la diosa de las flores. Se trata de todas las especies vegetales que se hallan en una determinada región o de la disciplina y los documentos que se encargan de su estudio. (Merino., Definicion.de, 2009)

La flora es el conjunto de especies vegetales que pueblan un territorio o una región geográfica, ejemplo; en fincas, reservas, bosques, parques temáticos e incluso la flora que se puede encontrar en lagunas, lagos y en el mar.

Matagalpa está situada al Norte de Nicaragua y su clima permite hacer una combinación con sus suelos que este conjunto logra la diversidad de árboles que dan un clima fresco y agradable, encontrando en este departamento una variedad de árboles con más de 100 especies de árboles maderables y demás arboles forestales.

12.1.3.1.4 Fauna

Del latín Fauna (diosa de la fecundidad), se denomina fauna al conjunto de los animales de una región geográfica. Las especies propias de un periodo geológico o de un ecosistema determinado forman este grupo, cuya supervivencia y desarrollo depende de factores bióticos y abióticos. La fauna puede dividirse en fauna silvestre (no necesita del hombre para su alimentación y desarrollo) y fauna doméstica (las

especies sometidas al dominio del hombre). Los especialistas también hablan de la fauna en proceso de domesticación, con aquellos animales silvestres que, criados por el hombre, pierden sus características salvajes (Gardey, Definición.de, 2009).

Los cambios en el hábitat pueden afectar la vida de la fauna. En los casos más drásticos, incluso, estos cambios pueden llevar a la extinción de una especie. A partir de la fauna el hombre se provee de alimentos, y materiales para distintos usos como pieles, aceites, y demás.

La fauna en Nicaragua, es muy diversa y abundante y es importante en destacar el ave nacional Guardabarranco, que abunda más en las zonas cálidas de nuestro país como también cabe recalcar que hay animales en peligro de extinción como las tortugas marinas que últimamente la población ha venido realizando campañas de conciencia para la conservación de los mismos.

12.1.3.2 Recursos Socioeconómicos

Es el conjunto de cambios mentales y sociales de una localidad que la hace competente para aumentar su nivel de vida de forma progresiva y permanente, a través de la utilización de sus propios recursos naturales y humanos. Por otro lado los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa. (Merino., Definición de, 2013)

Como se sabe la palabra socioeconómico es compuesta por el Factor económico el cual son todos aquellos bienes materiales que satisfacen las necesidades de una persona, una familia, una institución la cantidad de dinero que una familia puede gastar en un periodo determinado sin aumentar ni disminuir sus activos netos y el Factor social, son aquellos que tienen que ver con la relación de una persona, en primer lugar con su medio más cercano como la familia, luego está

su entorno inmediato: la comunidad, el barrio, la escuela, los medios de comunicación y otros.

Matagalpa es uno de los departamentos que es más reconocida por su actividad económica el café, mismo atractivo que le llevo a formar parte de la Ruta Del Café, esto permite que el departamento se posesione como uno de los principales aportadores a la economía del país porque también genera trabajo de manera temporal que logra la movilización de los habitantes de otros departamentos del occidente a participar en el Corte o pepena de café.

12.1.3.2.1 Agricultura Orgánica

Es un sistema para cultivar basado en la utilización óptima de los recursos naturales, sin emplear productos químicos de síntesis, u organismos genéticamente modificados ni para abono ni para combatir las plagas ni para cultivos, logrando de esta forma obtener alimentos orgánicos a la vez que se conserva la fertilidad de la tierra y se respeta el medio ambiente. Todo ello de manera sostenible, equilibrada y mantenible. (Soto, 2003)

La agricultura orgánica es un sistema de producción que trata de utilizar al máximo los recursos de la finca, dándole énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica y al mismo tiempo, a minimizar el uso de los recursos no renovables y no utilizar fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la salud humana.

Esta es la otra actividad que logra beneficiar a las familias a través de implementaciones de técnicas donde en los propios espacios de cada ciudadano sean utilizados al máximo, produciendo en sus patios alimentos que complementan el plato diario de nuestras familias nicaragüense esta actividad ayuda a la economía de estos hogares.

12.1.3.2.2 Ganadería

La ganadería es una actividad económica de origen muy antiguo que consiste en el manejo de animales domesticables con fines de producción para su aprovechamiento. (Cabrera, 2014)

Dependiendo de la especie ganadera, se pueden obtener diversos productos derivados, tales como la carne, la leche, los huevos, los cueros, entre otros. Los ganados más importantes en número a nivel mundial son los relacionados con la ganadería bovina, la ovina y la porcina.

La ganadería es una principal actividad económica en el país ya que genera un porcentaje a la economía, a través de la exportación de carne, con esta actividad se pueden realizar actividades culturales como las montadoras de toro, hípicas, entre otros.

12.1.3.2.3 Gastronomía

Según el Instituto Costarricense de Turismo (2016), al sector gastronómico de un establecimiento hotelero se le conoce como el departamento de alimentos y bebidas A&B, abarca todo lo relacionado con el servicio gastronómico, desde su producción hasta el servicio o la venta.

La gastronomía está diversificada por la variedad de comidas y bebidas, especialmente típicas que ofertan diferentes prestadores de servicios o destinos turísticos, cuyo servicio genera masa de demanda turística ya que la gastronomía es una de las principales atracciones según sea la presentación, sabor, color, cantidad y precio.

La gastronomía es el estudio de la relación del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno. El gastrónomo es el profesional que se encarga de este arte, A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería en torno a una mesa.

Nicaragua es un país que rico en gastronomía, cada región cuenta con distintos sectores gastronómicos elementales, basados en las comidas y bebidas típicas, la mayoría son ingredientes y platos auténticos, unos que otros destinos turísticos ofrecen comidas exóticas e internacionales.

12.1.4 Demanda turística potencial

Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado. MINCETUR (2016)

Son todos aquellos posibles prospectos que cumplen con los requisitos necesarios para hacer uso de algún servicio o producto turístico que este creado para las características que ellos puedan poseer.

Cuando en Nicaragua se realizan un sin número de actividades ya sean en los departamentos como ferias anteriormente a eso se realiza un perfil para posibles turistas con dicho perfil que puedan hacer uso de estas actividades y que cumplan con las características planteadas.

12.1.4.1 Aspectos Sociodemográficos

La palabra sociodemográficos se puede descomponer en dos Socio que quiere decir sociedad, y Demografía que quiere decir estudio estadístico sobre un grupo de población humana. En consecuencia sociodemográfico es un estudio estadístico de las características sociales de una población, es decir cuántos tienen estudios medios, universitarios, edad, sexo, procedencia, cuantos trabajan, cuantos están desempleados, cuantos tienen la casa propia y cuantos la tienen de alquiler/renta. Habrá tantas variantes como aspectos se quieran estudiar. Martínez (2006)

Es el análisis, estudio y obtención de datos sobre un grupo social determinado, adquiriendo un perfil que marque la dinámica y peculiaridades actuales de ellos, atendiendo a las variables género, edad, origen.

Los aspectos sociodemográficos son datos necesarios que el ser humano posee desde su principio y que estos aspectos crecen de la forma en que se van desarrollando en la humanidad.

12.1.4.1.1 Género

El sexo se distingue del género aunque van de la mano, el sexo difiere entre las características físicas entre una mujer y un hombre, el género lo hacen en la relación a nivel cultural o se es masculino o se es femenino, llevando a una condición que puede cambiar o modificar a pesar de lo correctamente dicho por la sociedad. Areiza (2015)

Es decir, es el conjunto de las particularidades que caracterizan los sujetos de una especie fraccionándolos en masculinos y femeninos, hacen posible una reproducción que se determina por una variación genética.

En todo espacio social se encuentra la identidad de género, que es el sexo femenino y el masculino. Hoy en día el sexo es un contenido tanto político como social ya que muchas organizaciones han luchado por la igualdad de género para ser desarrollado en plazas laborales entre otras áreas.

12.1.4.1.2 Edad

Edad, con origen en el latín aetas, es un vocablo que permite hacer mención al tiempo que ha transcurrido desde el nacimiento de un ser vivo. Ana Gardey (2012)

La edad es el periodo en el que transcurre la vida de un ser vivo. Cada ser viviente tiene, de manera aproximada, una edad máxima que puede alcanzar.

Todo ser vivo tiene una etapa de vida, desde origen hasta su colapso es ahí donde se mide o se determina su tiempo de existencia es decir su edad.

12.1.4.1.3 Procedencia

La palabra procedencia se emplea para designar el origen, el comienzo que ostenta algo, un objeto, una persona y del cual entonces procede. Fernández (2008)

El concepto quiere decir que la procedencia puede referir punto de partida, el que tiene un individuo o un medio de transporte.

Cada vez que visitamos un destino turístico o un país, tenemos por obligación completar ciertos datos como es; la edad, nombre, género, motivo de viaje, forma de viaje, procedencia, es decir lugar de residencia, ya sea un estado o país, con el fin de llevar un registro y control formal y así determinar la demanda.

12.1.4.1.4 Educación

El estudio es el emprendimiento de una búsqueda infinita de nuevos conocimientos a fin de desarrollar aptitudes y habilidades que pueden servir para recrear o dominar un ambiente determinado o situación. Escobar (2015)

La educación se desarrolla bajo la modalidad de enseñar, de aprender, de dinamizar, de poner a trabajar el cerebro, a crear ideas para administrar y gestionar distintos eventos, con el fin de promover el desarrollo en diferentes áreas como el entorno político, social, ambiental y laboral.

En Nicaragua la educación se implementa desde el preescolar, la primaria, secundaria, universitaria, técnicos así mismo se enriquece la educación profesional bajo la modalidad de postgrados, maestrías, especialidades y doctorados.

12.1.4.1.5 Ocupación

Aquella faceta del empeño humano que da respuesta a las necesidades vitales de un individuo, que le permiten cumplir con las demandas sociales de su comunidad de pertenencia, así como al quehacer a través del cual el ser humano se distingue y expresa, revelando al agente del acto, y que se constituye en una forma de dar sentido a la existencia, construyendo y creando su identidad personal, cultural y social La ocupación puede constituir un vehículo o forma de dar sentido, significado a la existencia, incidiendo, por tanto, en el bienestar psicológico y, quizá también, espiritual del ser humano". Rondina (2006)

Una vez que el ser humano crece y tiene uso de razón, se dedica a realizar actividades ya sea de estudios o de trabajo con el fin de crecer profesional y

económicamente, no obstante llegado a una edad donde no tiene las condiciones para emplear algunas actividades la persona se le considera como jubilada, es decir ya no trabaja.

El individuo que visita un destino o atractivo turístico, tiende a ser bien, un estudiante, un empleado, puede ser jubilado o un empresario. Muchos de los turistas que visitan Nicaragua son empresarios, jubilados y estudiantes.

12.1.4.1.6 Motivo principal del viaje

Conjuntos de elementos o factores que determinan el desplazamiento de los individuos, predisposición de una o grupo de personas, para actuar de una determinada manera. Estadísticamente, es el motivo principal de la visita, es el motivo sin el cual el viaje no se hubiera realizado. Prestigio, estatus, moda, religión, interés científico o político, relajación, descanso, curación, práctica de deportes, juegos de azar, placer, diversión, espíritu de aventura, visita o descubrimiento. Contacto con familiares y amigos, son algunas de ellas. Merlo (2009)

El motivo de viaje es el tema principal por el que la persona decide dejar su residencia actual para viajar con un propósito. En pocas palabras el motivo principal del viaje se basa en los diferentes motivos que hacen que la persona viaje como por ejemplo está muy de moda viajar por: salud, ocio, trabajo, educación, voluntariado, visita a familia, entre otros.

El turista extranjero se motiva a visitar Nicaragua con el fin de conocer su Historia, cultura y tradiciones, flora y fauna, agroturismo, ecoturismo, senderismo y experimentos científicos.

12.1.4.1.7 Duración de la visita

Es la acción de cortesía que se realiza yendo a casa de un familiar, amigo o conocido por amistad, atención, conversación o consuelo por periodos de tiempo cortos. Así mismo nos referimos a la permanencia, estadía y/o duración en un lugar específico por periodos cortos. Es decir, lo que caracteriza a la duración de la visita

como tal es el tiempo de permanencia en un sitio ajeno a nuestro lugar de convivencia diaria. Gardey (2010)

Lo que caracteriza a la duración de la visita como tal es el tiempo de permanencia en un sitio ajeno a nuestro lugar de convivencia diaria. Es el tiempo que la persona pernoctara el en destino puede ser de un día, dos o más tiempo.

La duración de visita o el tiempo de estadía de los turistas en el país va en dependencia de la oferta turística, porque entre más actividades y atractivos turísticos se promocionen más serán los días de pernoctación de los turistas.

12.1.4.1.8 Modo de viaje

Según Arriaza, (2008). Es la forma que el visitante viaja puede ser solo, acompañado ya sea con familia amigos, otros.

El autor se refiere a que un individuo viaja a un determinado sitio en compañía de otros individuos o se traslada por sí solo.

En la actualidad muchos turistas se aventuran a viajar solos a un destino turístico, esto debido a que les es más viable, y se disfruta mejor aún de las vacaciones, de la estadía, de los servicios que se ofertan ya que en grupos se dificulta, por lo que algunas personas no tienen la capacidad física o monetaria para adquirir ciertas ofertas turísticas que pueden ser muy extremas o muy costosas.

12.1.4.2 Planta Turística

Corresponde al subsistema integrado por el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos) y las instalaciones turísticas. Aguilar (2008)

Es todo lo que hace complemento para que puede ser vendida, realizada y ejecutada una actividad turística ya que anteriormente hace mención que son aquellos servicios de uso básico como importante ya que se hablan de aquellos de satisfacción como la alimentación.

No todos los negocios turísticos cuentan con estos elementos, ya que eso va en dependencia de las actividades que ofertan, Nicaragua como tal oferta diversidad de actividades turísticas, en la zona norte del país ofertan un turismo rural comunitario y debido a las actividades, se oferta una planta turística muy amplia.

12.1.4.2.1 Transporte

La palabra transporte está asociada a diversos significados y se considera un aspecto fundamental del comercio. El objetivo puede ser el de trasladar personas u objetos, por vía terrestre, marítima, fluvial y aérea. Páez (2016)

Es el desplazamiento de objetos, animales o personas de un lugar a otro en un vehículo que utiliza una determinada infraestructura.

Es el medio más empleado por los seres humanos, el cual sirve para trasladarse de un destino a otro ya sea en colectivo o privado lo que incluyen buses, motos, automóviles.

12.1.4.2.2 Alojamiento

Alojamiento es la acción y efecto de alojar o alojarse (hospedar, aposentar, colocar una cosa dentro de otra). El uso más frecuente del término está vinculado al lugar donde las personas pernoctan o acampan, generalmente en medio de un viaje o durante las vacaciones. Los hoteles, los albergues y las posadas son tipos de alojamiento. Ana Gardey (2010)

Es un servicio muy demandado por personas que salen fuera de su residencia y por motivos personales desean pasar la noche en otro sitios.

Son espacios que se utilizan confines de descansar y que se ponen a la disposición del visitante para que este pueda hacer uso de este servicio las per zonas que lo demandan lo hacen por motivo de negocios, ocio, etc. por trabajo, los sitios donde se pueden alojar son hostales, hoteles, casa huéspedes rural, cabaña, el alojamiento variara dependiendo del gusto y preferencia del visitante.

12.1.4.3 Aspecto de publicidad

Es la forma por el cual se da a conocer un sitio en él se puede colocar la información que pueda ser de utilidad para el visitante y que a su vez sea atractiva para que se pueda interesar por el sitio y así obtener demanda.

12.1.4.3.1 Fuentes de información turística

Medio por el cual se informa de los diferentes sitios que están a disposición del visitante y a su vez este pueda ver lo que oferta el sitio y decidir si visitarlo o no.

El nuevo turista, principalmente, centra su búsqueda en el mundo online (redes sociales), siendo este muy influyente a la hora de la toma de decisión final de compra. Sin embargo existe otra forma y es la recomendación que hacen otras personas que ya visitaron el sitio a otra que no lo conoce.

No es una novedad el afirmar que los hábitos de los consumidores turísticos están cambiando muy rápidamente. Atrás quedan las épocas en las que el cliente iba a su agencia de viajes más cercana, con el fin de reservar sus vacaciones, teniendo sólo como información del destino o del alojamiento lo que el agente de viajes conocía.

12.1.4.4 Aspectos socioeconómicos

Son las experiencias sociales y económicas y las realidades que te ayudan a moldear la personalidad, las actitudes y la forma de vida. También puede definirse como una ciencia social que estudia los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, justificada por el deseo humano de satisfacer sus propias necesidades. ASTROS (2016)

Es la mezcla de los cambios mentales y sociales de una localidad que la hace competente para aumentar su nivel de vida de forma progresiva y permanente, a través de la utilización de sus propios recursos naturales y humanos.

Es el comportamiento del ser humano ante la sociedad apoyada con su estado económico que posee en dicho país. La economía de Nicaragua es levantada

a través de la sociedad que la conforma, es decir todas las actividades que generan divisas y todas las acciones con fines de lucros, aportan al crecimiento económico.

12.1.4.4.1 Gasto promedio

Los gastos se identifican con la corriente real de las operaciones de consumo de bienes y servicios, en las que incurre una empresa para poder llevar a cabo su actividad de explotación y actuaciones extraordinarias. Rubio (2013)}

Según lo que indica el concepto gasto es la salida monetaria ya sea por la prestación de un servicio o un bien, es el precio que uno paga al valor de cada producto ya sea tangible o intangible.

Desde el momento que se viene a este mundo es a gastar desde la compra de una medicina hasta en una prenda de ropa. En todas nuestras actividades 65 cotidiana ingieren los gastos como anteriormente menciona el autor son gastos que se incluyen sin opción alguna porque siempre se realizan ya sean gastos que se hacen por un servicio o por una producto.

12.1.4.5 Decisión de compra

Proceso de decisión importante que se halla detrás del acto de comprar un producto o servicio, compuesto de diferentes etapas por las que pasa el comprador para decidir qué producto o servicio es el que más se adecua a sus necesidades y le proporciona un mayor valor. Si la decisión de compra es satisfactoria y proporciona valor al consumidor y, además, se utilizan herramientas para la fidelización de éste, es altamente probable la reiteración de la compra al mismo proveedor. Interactivo (2016)

La decisión de compra de un producto está marcada por múltiples factores que influirán en la elección final, las empresas por lo tanto deben estudiarlos a fondo para satisfacer de la mejor forma a los consumidores.

En pocas palabras decisión de compras es el proceso que un cliente pasa a la hora de comprar un producto. Por ejemplo a la hora adquirir servicios turísticos, servicios básicos, los recursos por los que está dispuesto a viajar para conocerlos y las diferentes actividades que pueden motivar al visitante a llegar al destino solicitado.

12.1.4.6 Recursos naturales

Es un bien, una sustancia o un objeto presente en la naturaleza, para satisfacer las necesidades y deseos de una sociedad humana. Por lo tanto se trata de una materia prima, mineral (ejemplo el agua) o de origen vivo (ejemplo el pescado). Puede ser de materia orgánica como el petróleo, el carbón, el gas natural o la turba. También puede tratarse de una fuente de energía: energía solar, energía eólica o, por extensión, de un servicio del ecosistema (la producción de oxígeno vía la fotosíntesis, por ejemplo). Marcano (2010)

Aquellos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza sin alteración por parte del ser humano; y que son valiosos para las sociedades humanas por contribuir a su bienestar y desarrollo de manera directa.

Son todos a aquellos recursos como flora, fauna, paisaje, que son donados por la naturaleza y que se ponen a la disposición del visitante para que estos puedan ser apreciados, pero que a la misma vez deben ser respetados y amados por los seres humanos.

12.1.4.7 Actividades recreativas y educativas

Son aquellas actividades que se pueden realizar en un espacio abierto para conocer y aprender de una determinada temática como la educación ambiental, se puede hacer deporte extremo si el sitio presta las condiciones para realizarlo. Y otras actividades que pueden ser ofertada al visitante para hacer su estadía más placentera lo que puede ocasionar que el visitante se motive a visitar nuevamente el destino. OMT, (2012)

Son aquellas actividades que se pueden realizar en un espacio abierto para conocer y aprender de una determinada temática como la educación ambiental, se puede hacer deporte extremo si el sitio presta las condiciones para realizarlo. Y otras actividades que pueden ser ofertada al visitante para hacer su estadía más placentera lo que puede ocasionar que el visitante se motive a visitar nuevamente el destino.

Lo que complementa a un destino turístico son las actividades por hacer, ya que muchos viajeros buscan la forma de desestresarse por medios de actividades recreativas como también constructivas.

12.1.4.8 Aspectos culturales

Son una gama de aspectos en la vida del hombre que lo identifica como originario de un determinado lugar, lenguaje, creencias con formado por hechos históricos. OMT (2012)

Creación de artesanía como es el caso de los Masaya, Carazo y Nueva Segovia, que elaboran artesanía para su supervivencia, fiestas religiosas (fiestas patronales), actividades artísticas como los bailes y la música, sin faltar la gastronomía.

Una de los puntos fuerte que tiene Nicaragua para atraer turistas es sin duda la cultura y las diferentes actividades que se pueden desarrollar, sobresaliendo la gastronomía debido que al visitante le encantan los platillos típicos representativos de cada departamento.

12.1.5 Competencia Turística

El concepto de competencia se enfoca a la competitividad a partir de garantizar al turista una experiencia satisfactoria, respetar la autenticidad de las comunidades anfitrionas, usar de manera óptima los recursos ambientales y asegurar actividades económicas viables a largo plazo. Vásquez, (2011)

Es decir las competencias inician desde el ámbito de experiencias vividas y terminando en productos o servicios ofertados, al comparar un lugar visitado con otro cercano a parecido tiene que iniciar desde aquello intangible que le vamos a ofertar a nuestros clientes como las experiencias y el servicio, hasta los productos que este pueda llevarse como un objeto o un servicio de comida y la calidad que esto pueda tener es lo que realmente hace complemento a que un lugar pueda tener competencia.

En Matagalpa se puede definir cuando un sitio puede ser competente desde el momento que esté oferta algo diferente a los demás, por ejemplo en el departamento existes diferentes fincas turísticas y lo que las hace competente a cada una de ellas es que estas tienen algo diferente que ofrecer desde las experiencias y actividades a realizar.

12.1.5.1 Sitios turísticos del entorno

Para Robert Auzelle (1973) citado por Garduño, (2012) el espacio social es el hábitat del hombre: es él quien lo crea y lo transforma con el objetivo de hacerlo funcional para que se desarrollen las múltiples actividades y acciones humanas, que a su vez influyen en la formación, construcción y transformación del hombre.

Como lo menciona el autor, es todo aquel espacio disponible donde es transformado para beneficio del propietario y donde puede ser de provechado para diversas actividades por ejemplo para actividades turísticas. Esos espacios disponibles y luego transformados en actividades que pueden ser llamadas turísticas son conocidas como sitios turísticos y si a sus cercanías poseen otros establecimientos también son llamados sitios turísticos del entorno donde pueden ser parte de una competencia o de un producto turístico.

Matagalpa cuenta con muchas comunidades donde se ofertan diversos tipos de turismo entre ello lo más destacado es el turismo rural comunitario y está compuesto por diversas fincas, individualmente a cada una de ellas se les puede llamar sitios o fincas turísticas del entorno.

12.1.5.1.1 Productos Ofertados

Todo aquello que se puede ofertar en un mercado para su uso y consumo, y que esté pensando para satisfacer un deseo o en una necesidad. Pueden ser tan objetos físicos (bienes) como servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas. Mheducation, (2016)

Los productos ofertados son aquellos que están a la venta para uso del cliente, estos productos pueden ser tangibles e intangibles, como también pueden ser productos que puedan llevarse o productos que solo sean de satisfacción para los clientes.

En el sector turismo existe la palabra productos ofertados o productos turístico que es decir, son aquellos productos que se ofertan en un sitio turístico o en una comunidad para satisfacer la demanda de los clientes, como bien pueden ser también el conjunto de recursos compuesto por varios elementos y que eso permite la elaboración de un paquete o producto.

12.1.5.1.2 Fortalezas

Son las características y capacidades internas de la organización que le han permitido llegar al nivel actual de éxito y lo que le distingue de la competencia (ventaja competitiva). La organización tiene control sobre ellas y son relevantes. Algunos ejemplos son el posicionamiento en el mercado, la porción de mercado, exclusividad de un producto de punta, recursos humanos leales y motivados, salarios competitivos, estilo gerencial exitoso, proceso muy eficiente de producción, capital de trabajo adecuado y otros. Jessie M, (2016)

Es decir, son todas aquellas características que pueden ser única de la empresa o ya sea en un lugar como bien; estas fortalezas también pueden ser de uso intangibles como los servicios de calidad que oferte un negocio y eso hace una fortaleza en él.

En Nicaragua, tanto en los negocios turísticos como en empresas no relacionadas al turismo, cuentas con fortaleza, amenazas, debilidades y oportunidades, cada una de ellas son elementos claves para mejorar con respecto a sus competencias y de esa manera mejorar o seguirse fortaleciendo tanto en lo interior de la empresa, como en aquello exterior que la competencia puede notar.

12.1.5.1.3 Debilidades

Son las características y capacidades internas de la organización que no están en el punto que debieran para contribuir al éxito y más bien provocan situaciones desfavorables. Al igual que las fortalezas, la organización tiene control sobre ellas y son relevantes. Las fortalezas pueden convertirse en debilidades, por ejemplo, si cambia la estructura salarial y deja de ser competitiva, si ocurre algo que provoque desmotivación importante en los empleados, si se pierde la exclusividad de un producto de punta, si se reduce sustancialmente el posicionamiento en el mercado y así sucesivamente. Jessie M, (2016)

Son todas las debilidades que tiene una empresa, cabe resaltar que estas son tanto internas como externas y al ser muchas veces externas pasan a ser fortalezas de otras, o de la competencia, muchas de las debilidades con las que cuenta un negocio pueden iniciar desde sus puntos geográficos hasta la calidad de un servicio o un bien intangible.

En Nicaragua hay diversidad de sitios turísticos donde cada uno de ellos cuenta con diversas actividades en su mayoría ofertan los mismos productos y servicios, pero a su vez cada uno de ellos puede tener algo diferenciador donde se convierte en la fortaleza del mismo, como nada puede ser perfecto poseen también debilidades las que sirven para mejoras de una con la otra, ya que la debilidad que posea alguna es fortaleza de la otra.

12.1.6 Tendencias del turismo

Una tendencia es un estilo o una costumbre que deja una huella en un periodo temporal o en un sitio. Tendencia también se utiliza como sinónimo de novedad, en el sentido de tratarse de una especie de mecanismo social que regula las selecciones de las personas. En turismo, las tendencias de los viajeros están cambiando, porque reciben cada vez más información y el entorno virtual los acerca a diferentes destinos. Puesto que se buscan experiencias inéditas, alejadas del medio urbano propio de las vidas más y menos rutinarias de occidente, el viajero turista está dispuesto a renunciar a muchas comodidades, para así tener un contacto más directo con las realidades locales que se visitan, en definitiva para tener vivencias de una mayor autenticidad. Martínez, (2007)

Estos tipos de viajes suponen nuevas búsquedas de experiencias donde las personas buscan un contacto más directo con la naturaleza y dejando atrás por un momento aquellos ámbitos urbanos para de esa manera explorar y experimentar de emociones y sensaciones más placenteras que un día de sol, playa y tecnología.

En la oferta turística que ofrece Nicaragua se encuentran las modalidades: turismo rural comunitario, el turismo de aventura, el agroturismo, el ecoturismo, las escapadas, del sueño a la realidad, recuerdos de la infancia, entre otros ya que estos forman parte de la tendencia que el turista está demandando actualmente, el turista que ingresa al país viene demandando lo que es un turismo alternativo, que se basa en compartir con la naturaleza sin degradarla esta opción es muy positiva para los sitios rurales

12.1.6.1 Agroturismo

El contacto directo con las actividades agrarias tradicionales. También se entiende como la modalidad turística en aéreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un ambiente rural las manifestaciones culturales y sociales productivas en donde se busca que la actividad represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con la participación de su actividad económica mediante la agricultura y el turismo. Flores (2011)

Es la actividad que se puede implementar a través de las actividades agrícolas y ser aprovechadas para la creación de actividades turísticas, puesto que ahora se busca algo diferente y los turistas desean aprender de actividades que se desarrollan en áreas rurales.

Este tipo de actividades pueden ser encontradas en fincas de Matagalpa, debido a que se encuentran dentro del área rural y se trabaja mucho con actividades como la siembra de café, cacao, maíz y otras actividades agrícolas.

12.1.6.2 Turismo Alternativo

El turismo alternativo son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. García, (2011)

Representa una nueva forma de hacer turismo, que permite al hombre un reencuentro con la naturaleza, y un reconocimiento al valor de la interacción con la cultura rural.

Nicaragua cuenta con una variedad de recursos, con ellos se implementan actividades como, turismo de aventura ofertado por los diferentes sitios de este país a visitantes que amen los retos, turismo ecológico que permite interactuar con la naturaleza, turismo comunitario que deja la experiencia de compartir y convivir con los campesinos, estas son nuevas modalidades de turismo que hacen que el visitante pueda apreciar algo distinto a su rutina diaria.

12.1.6.3 Turismo rural comunitario

El turismo rural comunitario es un modelo de turismo que se caracteriza porque las comunidades rurales (indígenas o mestizas) se encargan de al menos una parte de su control y reciben también una parte de sus beneficios económicos. Ruiz, (2008)

Este tipo turismo comprende las actividades turísticas que se puede realizar en el ámbito rural dirigidas específicamente a los extranjeros o personas de ciudad que buscan otras alternativas, a su vez adquiere una gran importancia para comunidades

en vías de desarrollo, debido que a través de este sector pueden mejorar el desarrollo socioeconómico de la población local, como a su infraestructuras.

En Matagalpa el turismo rural comunitario es una nueva alternativa para ofertar al turista ya que se está volviendo una nueva tendencia para los extranjeros en especial, buscan nuevas alternativas de convivencia con la naturaleza y las familias campesinas.

12.1.6.4 Turismo ecológico o ecoturismo

El ecoturismo, es el turismo de naturaleza que promueve los rasgos biológicos y físicos de la naturaleza, la conservación del entorno natural y la gestión sostenible de los recursos. Comprende la observación de la naturaleza, en busca de una visión general del paisaje y la biodiversidad de lugares turísticos, como también el interés científico, que permite el estudio de la flora y fauna a profesionales en la materia. Mincetur, (2016)

Es todo aquello que nuestro medio natural nos ofrece y nos facilita para poder sustentarnos, así como se alimenta de la naturaleza, también se puede trabajar a través de ella. Ya que es una nueva alternativa iniciando desde los atractivos naturales existentes como a aquello que nosotros podemos reconstruir, ya sea un sendero, un jardín entre otros siempre.

Matagalpa cuenta como muchos sectores comunitarios donde se pueden realizar actividades eco turísticas como por ejemplo; Selva Negra que cuenta con un tour eco turístico ya que posee un clima excepcional, un buen panorama paisajístico y exuberante presencia de flora y fauna.

12.1.6.2.1 Tecnología

Palabra que está compuesta por dos palabras griegas que son tekne que significa técnica, arte y logia que da una traducción de destreza, es decir, que es la técnica o destreza de algo o sobre algo, desde épocas pasadas los seres humanos han buscado y encontrado una variedad de conocimientos que les han dado la experiencia que los ha llevado a mejorar su vida. La tecnología es el conjunto de

conocimientos con las que el hombre desarrolla un mejor entorno, más saludable, agradable y sobre todo cómodo para la optimización de la vida. Arroyo, (2014)

La tecnología son desarrollo que el mismo ser humano ha ido implementando para una mejor calidad de vida, como un herramienta de trabajo para facilitar las labores cotidianas y dar una mejor presentación, a su vez son avances que son de ayuda para hacer la vida más fácil y placentera.

Aún Nicaragua siendo uno de los países más pobres del mundo no ha tenido impedimento para que se desarrolle tecnológicamente, puesto que hay avances tecnológicos, en el área de turismo podemos darnos cuenta; aun en esos lugares poco accesibles o cercanos a la ciudad se pueden encontrar con medios como teléfonos, internet quizás una máquina con sistemas para registros o usos de la clientela y de esa manera dar un mejor servicio.

12.1.6.2.2 Redes Sociales

Las redes sociales son el mejor exponente de la llamada Web 2.0. Donde personas o entidades se relacionan a través de plataformas, mediante las que pueden comunicarse de forma rápida y simultánea, así como compartir recursos de información y documentación de cualquier tipo. Muchas de estas redes han adquirido una popularidad indiscutible como es el caso de Facebook, Twitter, y muchas más a nivel mundial, que siguen incrementando el número de usuarios y miembros de dichas redes. Arroyo, (2014)

Es decir son partes de un sistema donde la tecnología nos permite hacer uso de estas redes sociales para así tener mayor contacto y comunicación con cualquier persona del mundo, ya que la distancia no importa ahora para poder saber o querer conocer algo que se desea, las redes sociales son mecanismo que hacen más fácil y placentera una comunicación aunque muchas veces no se esté en contacto.

Muchos turistas viajan a Nicaragua con la seguridad de saber que no se encuentran en sus hogares o país de residencia, pero que tiene al alcance de sus manos la accesibilidad a internet por ende redes sociales y que en muchos lugares turísticos son gratuitos, a la vez estos medios sociales han venido de cierta manera

a suplementar puestos o empresa laborales como algunas tour operadoras debido a que los propietarios a través de estos medios son capaces de darse a conocer o promover negocios por si solos.

12.1.6.2.3 Páginas Web

Una Página Web es un documento electrónico que forma parte de la WWW (World Wide Web) generalmente construido en el lenguaje HTML (Hyper Text Markup Language o Lenguaje de Marcado de Hipertexto) o en XHTML (extensible Hyper Text Markup Language o Lenguaje de Marcado de Hipertexto Extensible). Este documento puede contener enlaces (característica del hypertext) que nos direcciona a otra Página Web cuando se efectúa el clic sobre él. Méndez, (2015)

Son un conjunto de elementos que cada uno de ellos es fundamental para la formación de un sistema o documentación, donde cada uno de ellos almacena información de utilidad para los usuarios.

Como anteriormente se mencionaba Nicaragua está en vías de desarrollo, esto permite darle una mejor imagen comercial al país, Esta tendencia sin duda abre muchas puertas puesto que el destino se vende por sus imágenes e información y la demanda se determina por la calidad de los servicios.

13 MARCO LEGAL

LEY N°. 835

LEY DE TURISMO RURAL SOSTENIBLE DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA

Capítulo I

Disposiciones Generales

Artículo 1

Objeto de la Ley.

La presente ley tiene como objeto promover la formulación e implementación de directrices y acciones que contribuyan al desarrollo del turismo en los territorios rurales del país con un enfoque de desarrollo, asimismo, crear las condiciones y promover medidas adecuadas para su promoción, fomento y desarrollo, a fin de contribuir junto con los habitantes de las comunidades rurales en general e indígenas y afro descendientes en particular que participen en el aprovechamiento de los recursos naturales y mejorar las condiciones de vida, disminución de la pobreza, rescate y fortalecimiento de su cultura.

Art. 2 Régimen jurídico

. 1) El régimen jurídico de las diferentes modalidades que integran el turismo rural sostenible, será el establecido por la Ley No. 495, “Ley General de Turismo de la República de Nicaragua”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 184 del 22 de septiembre del 2004; por las normas contenidas en la presente Ley, así como por las normativas que en desarrollo del mismo se aprueben por la Comisión Nacional de Turismo Rural Sostenible, y por cualquier otra que sea de aplicación en razón de su competencia.

2) En las áreas protegidas, áreas forestales, reservas y vías pecuarias estarán sujetas además, a lo establecido por su régimen jurídico específico; y

3) Las instalaciones destinadas a los servicios regulados en la presente Ley, estarán sujetas al régimen jurídico establecido por los Gobiernos Municipales, a través de las Oficinas Municipales de Urbanismo y por los gobiernos territoriales indígenas cuando se trate de sus territorios. En el caso de la costa Caribe se tomará en cuenta especialmente, lo establecido en la Ley No. 28, “Estatuto de Autonomía de las Regiones de la Costa Atlántica de Nicaragua”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 238 del 30 de octubre de 1987 y la Ley No. 445, “Ley del Régimen Propiedad Comunal de los Pueblos Indígenas y Comunidades Étnicas de las Regiones Autónomas de la Costa Atlántica de Nicaragua y los ríos Bocay, Coco, Indio y Maíz”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 16 del 23 de enero de 2003.

Art. 3: Objetivos Específicos.

Son objetivos específicos de esta Ley:

- 1) Dar a conocer el concepto país de Turismo Rural Sostenible y sensibilizar a los diferentes actores involucrados en el ámbito local, regional y nacional sobre la importancia de éste como eje estratégico complementario para el desarrollo local integral.
- 2) Ampliar y diversificar la oferta de Turismo Rural Sostenible, mediante la identificación de productos turísticos en los territorios, que Ley N°. 835 3/16 incorporen criterios de calidad, competitividad, rescatando su identidad cultural conservando los recursos naturales, culturales y diversidad biológica.
- 3) Clasificar productos en modalidades de Turismo Rural Sostenible, propiciando su complementariedad y promoción en el mercado nacional e internacional.
- 4) Propiciar el intercambio de experiencias entre iniciativas de Turismo Rural Sostenible, mediante la creación de alianzas estratégicas, con lo cual se facilite la creación de redes y sus respectivos encadenamientos.
- 5) Regular en los territorios rurales mediante el estímulo de iniciativas sostenibles o colectivas, las cuales demuestren ser económicamente viables y promuevan la generación de empleo, valorizando y respetando la cultura y que cumplan las normas

y regulaciones ambientales ante las instancias del gobierno central, municipal, regional y con la participación activa del sector privado.

Art. 4 Respeto al medio ambiente.

1) La prestación de los servicios turísticos y la puesta en funcionamiento de los establecimientos turísticos regulados en la presente Ley, se realizará respetando el entorno natural medio y las características del espacio y de sus valores sociales y medioambientales, incluido el respeto a la fauna y flora silvestre y al paisaje rural.

2) Por disposición conjunta del Instituto Nicaragüense de Turismo y del Ministerio del Ambiente y de los Recursos Naturales, que en lo sucesivo de la ley podrán denominarse INTUR y MARENA respectivamente, determinarán las condiciones medioambientales a las que deberá someterse la práctica de las actividades integrantes del turismo activo para hacerlas compatibles con la protección del medio ambiente, de la fauna y flora silvestre, sus ciclos biológicos y hábitats naturales, así como el medio social y cultural. Todo con la consulta previa, libre e informada a los pueblos indígenas y afro descendientes cuando se trate de sus territorios.

3) Igualmente, adoptarán las medidas necesarias para profundizar en la educación y sensibilización ambiental de las personas usuarias de estos servicios, de manera que sea posible alcanzar el equilibrio necesario entre el disfrute de los recursos turísticos y la conservación y mejora del medio rural.

Dada en la ciudad de Managua, en la Sala de Sesiones de la Asamblea Nacional de la República de Nicaragua, a los veinte días del mes de febrero del año dos mil trece.
Ing. René Núñez Téllez Presidente de la Asamblea Nacional Lic. Alba Palacios Benavidez.

14 PREGUNTAS DIRECTRICES

1. ¿Qué características posee Finca Las Pilas, en el Municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre 2018?
2. ¿Qué oferta turística potencial de Finca Las Pilas, en el municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre 2018?
3. ¿Qué característica tiene la demanda turística potencial de Finca Las Pilas, en el municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre 2018?
4. ¿Cuál es el análisis de la competencia turística de Finca las Pilas en el municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre 2018?
5. ¿Qué tendencias del turismo incidirían en el desarrollo del agroturismo Finca las Pilas en el municipio de Terrabona, departamento de Matagalpa, durante el II semestre 2018?

15 DISEÑO METODOLÓGICO

Para analizar el potencial agroturístico se utilizaron los elementos de la Guía Leader, elaborada por Peter Zimmer y Simone Grassmann en España (1996) ajustándola a las condiciones del territorio a estudiar, ya que esta guía está dirigida al territorio donde existe desarrollo del turismo. La guía Leader fue creada con el propósito de desarrollar las zonas rurales aprovechando las iniciativas y aptitudes locales, en pocas palabras esta guía se basa en que los agentes rurales puedan analizar el potencial agroturístico del territorio teniendo en cuenta la oferta turística potencial como primer paso del proceso de investigación en la finca. También se retomó el MANUAL SIG-INTUR con el cual se trabajaron los elementos del inventario de recursos, el cual se refleja en la oferta turística potencial.

El diseño metodológico que se presenta a continuación comprende el tipo de enfoque, tipo de estudio, definición de población y muestra, Operacionalización de variables, así mismo se diseñó métodos, técnicas e instrumentos; datos que son fundamentales para la de recopilación de información.

15.1 Tipo de enfoque

El tipo de enfoque según, Hernández Sampieri y Mendoza, (2008) Describen que el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo con implicancias cuantitativas; el enfoque cualitativo consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos de las personas que son observables, por lo que a través de este enfoque cualitativo se tuvieron en cuenta las experiencias, actitudes, pensamiento y reflexiones de los entrevistados teniendo en valoración sus propios puntos de vistas, así mismo se basó en la experiencias, observaciones, revisiones documentales y opiniones de las investigadoras.

Hernández Sampieri y Mendoza (2008) refiere que el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

La implicancia del enfoque cuantitativo en el proceso de esta investigación se define a partir que las investigadoras revisaron la teoría disponible, consultando investigaciones cuantitativas y cualitativas al respecto para conducir una serie de observaciones estructuradas de la relación guiándose por una teoría, a través de este proceso permitió conocer que métodos se han aplicado exitosa o erróneamente para estudiar el problema relacionado, así mismo se identificó las variables que requerían ser observadas. Además de utilizar datos estadísticos para la determinación de la demanda potencial.

15.2 Tipo de estudio

Esta investigación se clasifica como descriptiva ya que se midieron de manera independiente los conceptos o variables con los que tiene que ver la identificación de la oferta y demanda turística potencial.

Nivel de profundidad; las investigaciones basadas en los diseños transversales implican la recolección de datos en un solo corte en el tiempo, es decir en un periodo dado. Tamayo (1994)

Esta investigación es de corte transversal puesto que se abarcó un periodo determinado que correspondió al II Semestre 2018.

15.3 Población y Muestra

Según Tamayo y Tamayo, (1997), La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de muestra poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Según Tamayo y Tamayo, (1997) La muestra es la que puede determinar la problemática ya que le es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso, es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico.

15.4 Variable

Una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. Tamayo & Tamayo, (1997).

Debido a la necesidad de responder a las preguntas directrices planteadas en el presente estudio, la Variable que se estudió fue: **Potencial Agroturístico**, en finca Las Pilas con sus respectivas subvariables, indicadores, escalas, técnicas e instrumentos que se aplicaron para la obtención de datos.

15.5 Población y Muestra

Según Tamayo, (1997). La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

El universo de estudio lo conformaron estudiantes de la UNAN-MANAGUA, FAREM-MATAGALPA y como muestra se tomó a los alumnos de 5to año de la carrera Turismo Sostenible, también se tomó la población de turistas extranjeros, los cuales fueron encuestados a través de la aplicación de muestreo menor que 10 debido a que sólo se encontraron a 4 turistas internacionales en el sitio.

15.6 Métodos, Técnicas e instrumentos

Falcón y Herrera, (2005) se refieren al respecto que se entiende como técnica, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información.

Las técnicas que se emplearon para el levantamiento de información fueron la creación de entrevista, encuestas, fichas de caracterización de recursos y observación in situ.

Según Arias, (1999), Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar información.

Los instrumentos que se utilizaron para la recopilación de la información, fueron encuestas, entrevistas y fichas de caracterización.

16 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con base a los objetivos propuestos y a los instrumentos aplicados se llega al siguiente análisis.

16.1 Caracterización de la finca

Según Bonilla Hurtado (2009) la caracterización es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente, establecer su significado (sistematizar de forma crítica).

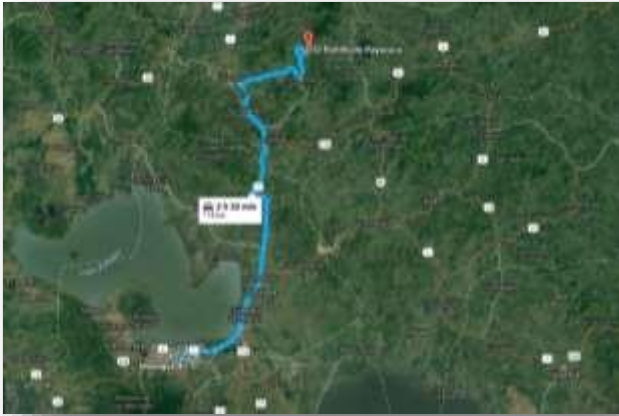
Posee un área total de 100 manzanas distribuidas de la siguiente manera: 5 manzanas de bosque, 10 manzanas de café, 60 manzanas de potrero y 25 manzanas para huertos de granos básicos y hortalizas.

La finca es propiedad del Señor Omar Centeno Aguinaga y su progenitora Ángela Aguinaga Soza, es una finca diversificada.

16.1.1 Posición geográfica

Finca las Pilas está ubicada, en la comunidad El Castillo, sector N^o municipio de Terrabona, a 20 km de la cabecera departamental de Matagalpa, aproximadamente a 1 hora con 40 minutos del municipio de Matagalpa. Su elevación es de 820 msnm, con una precipitación anual de 900 mm

- ✓ Al norte limita con Propiedad de Ricardo Cruz
- ✓ Al sur limita con finca del propietario Nicolás Días
- ✓ Al este limita con finca Linda Vista de la propietaria Jasmina Centeno ✓ Al oeste con la comunidad El Obraje



Fuente: Elaboración propia

De la capital Managua, a la finca de estudio, tomando la carretera panamericana norte, que pasa por Tipitapa, San Benito, Puertas viejas, La Calabaza, ciudad Darío y Terrabona.

Existe un trayecto de 118 km, con recorrido en automóvil de 2 horas y 40 minutos. La carretera es pavimentada desde la capital hasta el municipio de Terrabona, de ahí hacia la finca la carretera es empedrada



Fuente: Elaboración propia

La zona bajo estudio, como es proyecto Huellas Verdes se localiza a 27 km del municipio de Sébaco, con un recorrido de 1 hora y 20 minutos en vehículo propio.

Nota: La hora para arribar al destino puede variar, debido al estado de las carreteras y tráfico. Es decir, el vehículo se puede dilatar más de lo normal por obstáculos imprevistos.



Fuente: Elaboración propia

La presente imagen representa, la ubicación de la zona bajo estudio, así mismo la división territorial. Todo lo que está dentro de la línea amarilla, es propiedad de la finca, los cuales se diversifican en bosques, huertas, potreros, cafetales y fuentes hídricas.

16.1.2 Reseña histórica

Finca Las pilas fue propiedad de quien en vida fuese Agustín Díaz, quién vendió y pasó a manos del Señor Juan Centeno Castellón, quien le dio el nombre de Finca Las Pilas, debido a la cantidad de represas naturales y pilas artificiales que esta gozaba.

Según el Señor Omar Centeno, Propietario de la finca; expresa que en años anteriores era una zona donde se experimentaba la presencia de duendes, incluso a las orillas de la finca hay una cueva, de la cual se cree que era el hábitat de estos seres anormales.

16.2 Recursos Naturales

Según Marcano, (2010) Los Recursos Naturales son un bien, una sustancia o un objeto presente en la naturaleza, para satisfacer las necesidades y deseos de una sociedad humana. Por lo tanto se trata de una materia prima, mineral (ejemplo el agua) o de origen vivo (ejemplo el pescado). Puede ser de materia orgánica como el petróleo, el carbón, el gas natural o la turba. También puede tratarse de una fuente de energía: energía solar, energía eólica o, por extensión, de un servicio del ecosistema.

16.2.1 Fuentes hídricas

Hueco cavado en zonas donde existen aguas subterráneas. (Diccionario Español, 2016)

La Finca goza de 4 ojos de agua naturales, de las cuales se usan para sistema de riego en verano, pastoreo de ganado, y en la limpieza del hogar. Así mismo se beneficia del agua potable extraída y distribuida por medio de la energía eléctrica desde el manantial llamado La Chichintorra ubicado en la comunidad el Obraje.

Existe contaminación, debido a la aplicación de compuestos químicos y aguas mieles de café. Aunque en menor cantidad porque se está tratando de no usar químicos cerca de las fuentes de agua.

Cerca de uno de los 4 ojos de agua, se construyó una pila de concreto de la cual, se favorecen las familias del sector, que se mueven hasta ahí con el fin del uso de agua; bien sea para bañar, lavar ropa o lavar trastes. Pero existe una gran debilidad y es que las personas que llegan hasta esta fuente hídrica, siempre dejan basura inorgánica, se les coloca un depósito de basura, pero lo omiten, se les explica que deben de contribuir a la conservación del medio ambiente, pero excluyen el comentario, otro problema es que a nivel de la finca no hay tratado de las aguas grises y negras, estas recorren un conducto y desembocan en una quebrada seca, contaminando así el manto acuífero y la flora durante el recorrido.

16.2.2 Flora

Es un término latino que permite nombrar a la diosa de las flores. Se trata de todas las especies vegetales que se hallan en una determinada región o de la disciplina y los documentos que se encargan de su estudio. (Merino., Definicion.de, 2009)

Como resultado de la entrevista realizada al propietario de la finca, dio a conocer que esta finca cuenta con una variedad de flora nativa y algunas introducidas entre ellos; plantas medicinales, especies de árboles incluidos los

maderables y especies frutales y las más comunes que se encuentran en la finca se reflejan en la siguiente tabla.

Tabla N° 1. Flora mayor, Finca Las Pilas

Nombre común	Nombre científico
Laurel	<i>Cordia alliodora</i>
Chilamate	<i>Ficus spp</i>
Sangregado	<i>Pterocarpus officinalis</i>
Coyote	<i>Platymiscium pleiostachyum</i>
Guarumo	<i>Cecropia peltata</i>
Quebracho	<i>Pithecellobium arboreum</i>
Guanacaste	<i>Enterolobium cyclocarpum</i>
Chaperno	<i>Albizia adinocephala</i>
Canelo	<i>Arbutus xalapensis</i>
Trotón	
Genízaro	<i>Samanea saman</i>
Guácimo	<i>Guazuma ulmifolia</i>
Jiñocuabo/ indio desnudo	<i>Bursera simarouba</i>
Níspero	<i>Manilkara achras</i>
Cacaguili	
Miliguiste	
Cuajinicuil	Inga
Mancume	
Limoncillo	
Tatacasmo	
Guayabo	<i>Bourreria huanita</i>
Cedro	<i>Cedrus</i>
Pochote	<i>Ceiba pentandra</i>
Muñeco	<i>Cordia collococca</i>
Bambú	Bambusoidea e
Álamo	<i>Populus</i>
Palo de burro	<i>Stemmadenia donnell-smithii</i>
Llamarada del bosque	<i>Spathodea campanulata</i>
Madero negro	<i>Gliricidia sepium</i>
Pito	<i>Erythrina berteroana</i>

Sarguayan	
Jícaro	Crescentia cujete
Elequeme	
Mamón macho	Melicoccus bijugatus
Matapalo	Ficus obtusifolia
Ciprés Barbona	Cupressus aesalpina pulcherrima Caesalpina pulcherrima
Palmera de Bismark	Bismarckia nobilis
Aguacate	Persea americana
Zapote	Pouteria sapota
Mango	Mangifera indica
Nancite	Byrsonima crassifolia
Coco	Cocos nucifera
Guaba Mamey	Inga densiflora
Mandarina	Citrus nobilis
Marañón	Anacardium occidentale
Limón agrio Naranja dulce	Citrus aurantifolia Citrus sinensis
Cacao	Theobroma cacao
Café	Coffea arábica

Las plantas representan una riqueza inapreciable del patrimonio de los nicaragüenses y uno de los pilares fundamentales sobre los que Nicaragua construirá su futuro sostenible. La demanda social por los espacios atractivos, tranquilos, seguros y de apariencia natural para la recreación está aumentando, especialmente entre la población urbana. Es por ello que la finca las pilas tiene gran oportunidad en la demanda local además de la demanda de turistas extranjeros que siguen buscando accesos a territorios, paisajes protegidas así como calidad medioambiental.

El turismo claramente depende de los bosques y los árboles, pero también genera significantes flujos financieros que pueden beneficiar a las áreas rurales y pueden reinvertirse en la gestión de bosques y espacios naturales para su conservación, restauración y valoración a largo plazo.

Tabla N° 2 Flora menor de finca Las Pilas

Nombre común	Nombre común
Espadilla	Orquídeas
Escoba lisa	Bromelias
Sácate	Coyanchigue
Dormilona	Carrizo
Varilla colorada	Helechos
Cornezuelo	Captus
Humanda	Líquenes
Flor amarilla	Musgo
Jalacate	Satureja
Vejuco pica	Penca
Verdolaga	Hoja de piedra

16.2.3 Fauna

Del latín Fauna (diosa de la fecundidad), se denomina fauna al conjunto de los animales de una región geográfica. Las especies propias de un periodo geológico o de un ecosistema determinado forman este grupo, cuya supervivencia y desarrollo depende de factores bióticos y abióticos. La fauna puede dividirse en fauna silvestre (no necesita del hombre para su alimentación y desarrollo) y fauna doméstica (las especies sometidas al dominio del hombre). Los especialistas también hablan de la fauna en proceso de domesticación, con aquellos animales silvestres que, criados por el hombre, pierden sus características salvajes (Gardey, Definición.de, 2009)

Los cambios en el hábitat pueden afectar la vida de la fauna. En los casos más drásticos, incluso, estos cambios pueden llevar a la extinción de una especie. A partir de la fauna el hombre se provee de alimentos, y materiales para distintos usos como pieles, aceites, y demás.

Como resultado de fichas de observación aplicadas y entrevista realizada para conocer la fauna de la finca se conoció que es muy variada y en ella se pueden encontrar ciertas variedades de animales de diferentes especies.

A continuación se muestran algunas especies con su nombre común y su nombre científico.

Tabla N° 3 Aves que se pueden observar en finca Las Pilas

Nombre común	Científico
Tangara azulada	<i>Truupix episcopus</i>
Reinita amarilla	<i>Dendroica petechia</i>
Aulladora tropical	<i>Piaya</i>
Urraca copetona	<i>Caloctua Formosa</i>
Oropéndola	<i>Psaracolius</i>
Chingolo	<i>Rufous-collared sparrow</i>
Zacatero común	<i>Sturnella magna</i>
Carpintero carirroja	<i>Tityra semifasciara</i>
Carpintero carinegro	<i>Melanerpes puherani</i>
Tityra carirroja	
Saltapiñuela quirrufina	<i>Campylorhyachus rudinucha</i>
Guardabarranco	<i>Eumomota superciliosa</i>
Colibrí gorgimorado	<i>Lamporrús calolaemus</i>
Ninfa viloeta y verde	<i>Thalurania colombica</i>
Chocoyo frentirrojo	<i>Aratinga finschi</i>
Chocoyo frentinaranja	<i>Aratinga canicularis</i>
Chocoyo barbinaranja	<i>Brotogeris jugularis</i>
Bobo chizo/o cuco ardilla	<i>Cayana</i>
Tortolita colilarga	
Garrapatero común	
Rascón cuelligris	<i>Aramides cajanea</i>
Garceta patiamarilla	<i>Egretta thula</i>
Gavilán gris	<i>Asturina nítida</i>
Gavilán chapulinero	<i>Buteo magnirostris</i>
Gavilán aludo	<i>Buteo plarypterus</i>
Enmascarado coronigris	<i>Geothlypis puliocephola</i>
Chichiltote oriole	<i>Icterus gálbula</i>
Zanate nicaragüense	<i>Quiscalus nicaraguensis</i>
Cenzontle	<i>Mimus polyglottos</i>
Riyera	
Chachalaca	<i>Ortalis</i>

Búho real	Bubo bubo
-----------	-----------

Tabla N° 4. Mamíferos de Finca Las Pilas

Nombre común	Científico
Ardilla centroamericana	Scirius variezatoides
Conejo americano	Sylyilagus floridanas
Zorro pelón	Didelphis marsupialis
Guatusa	Dasyprocta punctata
Armadillo común	Dasypus novemeietus
Guardatinaja	Cuniculus paca
Murciélago	Centurio senex

Tabla N° 5. Mariposas que se pueden apreciar en Finca Las Pilas

Nombre común	Nombre científico
Malachite	Siproeta steleness
Julia	Dryas iulia
Zebra longwing	Heliconius charitonia
Cloudless suiphuir	Phoebis sennae
Blue Morpho	Morpho helenor
Tiger longwing	Heliconius hecale
Mariposa búho	Caligo mena

Tabla N° 6. Reptiles de Finca Las Pilas

Nombre común	Científico
Garrobo negro	Ctenosauro similis
Garrobo verde	Ctenosaura phoebis
Chisbala centroamericana	Ameiva festiva
Corredora de 7 rayas	Cuemidophorus deppei
Culebra Mica	Spilotes pullatus
Serpiente vejuquilla café	Oxybelisaeneus
Caracolera de color coral	Sibon anthracops
Boa, boba mazacuata	Boa constrictor

Tabla N° 7. Anfibios de Finca Las Pilas

Nombre común	Científico
Rana ojos rojos	Ojis rojis
Rana camuflaje	Hyla arbórea
Tortuga	Chelonoides
Serpiente ranera	Leptophis

La fauna existente en la finca se pueden observar en temporadas diferentes, unos en invierno y otros en verano; la observación de aves se puede hacer en la mañana antes de las 10 am y en la tarde después de las 3 pm hasta las 6:00 pm.

16.3 Recursos Socioeconómicos

Es el conjunto de cambios mentales y sociales de una localidad que la hace competente para aumentar su nivel de vida de forma progresiva y permanente, atreves de la utilización de sus propios recursos naturales y humanos. Por otro lado los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa. (Merino., Definición de, 2013)

16.3.1 Agricultura orgánica

Es un sistema para cultivar basado en la utilización óptima de los recursos naturales, sin emplear productos químicos de síntesis, u organismos genéticamente modificados ni para abono ni para combatir las plagas ni para cultivos, logrando de esta forma obtener alimentos orgánicos a la vez que se conserva la fertilidad de la tierra y se respeta el medio ambiente. Todo ello de manera sostenible, equilibrada y mantenible. (Soto, 2003)

La agricultura orgánica es un sistema de producción que trata de utilizar al máximo los recursos de la finca, dándole énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica y al mismo tiempo, a minimizar el uso de los recursos no renovables y no utilizar fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la salud humana. En la finca Las Pilas el principal objetivo de la agricultura orgánica es la obtención de alimentos saludables de mayor calidad nutritiva, sin la presencia de

sustancias química que perjudiquen el medio ambiente fue lo expresado por el propietario en la entrevista.

Según la ficha de caracterización de los recursos los cultivos que se realizan con procedimientos sostenibles en finca Las Pilas: son los granos básicos (maíz, frijoles, café hortalizas) algunos de estos son tratados con abono orgánico elaborados en la misma finca, fue una de las actividades observada en las visitas al sitio.

Tabla N° 8. Cultivos de Finca Las Pilas

Cultivos principales	Verduras	Frutas	Especies
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Café ▪ Maracuyá ▪ Frijol ▪ Maíz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chayote ▪ Malanga ▪ Ayote ▪ Chilote ▪ Elote ▪ Chilote ▪ Tiernos-frijoles 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Banano ▪ Naranja ▪ Guayaba ▪ Mango burro ▪ Mango rosa ▪ Limón dulce ▪ Mamey ▪ Zapote ▪ Papaya ▪ Nancite ▪ Guaba ▪ Aguacate ▪ Naranja agria ▪ Limón ácido 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Achiote ▪ Pimienta ▪ Culantro ▪ Orégano

16.3.2 Ganadería

La ganadería es una actividad económica de origen muy antiguo que consiste en el manejo de animales domesticables con fines de producción para su aprovechamiento. (Cabrera, 2014)

Dependiendo de la especie ganadera, se pueden obtener diversos productos derivados, tales como la carne, la leche, los huevos, los cueros, entre otros. Los ganados más importantes en número a nivel mundial son los relacionados con la ganadería bovina, la ovina y la porcina.

Tabla N° 9. Animales domésticos de Finca Las Pilas

Animales	Cantidad
▪ Vacas, toros y terneros	(70)
▪ Gallinas, gallos y pollos	(50)
▪ Cerdos	(7)
▪ Gato	(1)
▪ Caballos	(2)
▪ Mulares	(4)

16.3.3 Prácticas socio-ambientales

La finca no se encuentra en un área protegida y no hay presencia del ente regulador ambiental, sin embargo los propietarios realizan actividades conservacionistas en pro de la protección y rescate de los recursos naturales tales como:

- Gas natural (Biodigestor, estiércol de ganado, agua miel de café)
- Abono orgánico (Biol)
- Abono orgánico (Lumbrihumus)
- Abono orgánico (Pulpa de café)
- Fertilizante foliar (Hojas secas, aserrín, levadura y melaza)
- Uso de cascarilla seca de café para cocina tradicional.

Imagen: Área destinada para reforestar



Fuente: Propia

- Para reducir el uso de leña y no inducir a cortar árboles se utiliza olotes secos, de igual forma se usa leña de café, cuando este ha sido apodado.
- Reforestación.

- Limpiar las fuentes hídricas.
- Evitar la caza de animales.
- Sensibilizar sobre el no cortar árboles y menos cerca de las fuentes hídricas.
- No quemar las huertas.
- Ceder agua de la finca a las familias del sector.

La pulpa de café, al igual que otros desperdicios biodegradables, se procesa para elaborar abono orgánico, que se esparce en las plantaciones agrícolas. Mientras que la basura inorgánica se deposita en un solo sitio, un orificio donde antes se destinaba como servicio higiénico. Anteriormente se solía quemar, pero se vio los impactos negativos que esta práctica ocasionaba, además se ha dado la tarea de reutilizar cosas tales como: envases y bolsas de plástico, lo que es hierro se guarda por cualquier utilidad.

16.3.4 Servicios Turísticos

Los servicios turísticos, de este modo, son prestaciones que una persona contrata cuando desea realizar turismo. Porto (2014)

16.3.4.1 Servicios de Alojamiento, Alimentación

Los servicios de alimentación y alojamiento son elementos indispensable para que el lugar sea muy visitado sin embargo por las características de las zonas rurales en Nicaragua, al Turista se le prepara para disponer de alimentos caseros.

Los cambios en el comportamiento y en los valores de los consumidores constituyen un factor crítico en el nuevo turismo. Para los turistas antiguos viajar era una novedad y las vacaciones eran un tiempo de ruptura con la vida cotidiana. Compraban paquetes que incluían transporte, alojamiento y diversión a un precio aceptable. Los nuevos turistas, en cambio, consideran las vacaciones una prolongación de su vida, algo común y normal. No quieren un paquete turístico estandarizado, rígido y masivo, en el que el sol sea el principal atractivo, sino que les gusta sentirse diferentes, prefieren un turismo más individualizado y muestran un interés creciente por la tranquilidad, el contacto con la naturaleza, la cultura y la no masificación.

En el caso del alojamiento en el medio rural, se pueden construir hoteles, hostales o casas rurales. Para construir se necesita disponer de un dinero y una afluencia regular de turistas para asegurar el retorno de la inversión. Esta alternativa muchas veces no está al alcance de los pobladores o inversionistas que desean invertir en un potencial destino, donde casi el 100% son empresarios de pequeñas empresas.

En el caso de la Finca Las Pilas cuenta con una casa cómoda y práctica la casa que conserva una estructura tradicional para actividades futuras se recomienda acondicionar o habilitar una habitación que permita al huésped tener una interacción más familiar.

En relación con el servicio de alimentación la finca tiene una gran opción de ofrecer comida tradicional con productos cosechados en la misma finca.

16.3.4.2 Infraestructura:

La infraestructura turística es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico. OMT, (2012)

La infraestructura turística de Finca Las Pilas es básica, ya que cuenta con vías de fácil acceso en periodo de verano, sin embargo en el invierno la carretera suele ser inaccesible, debido a las fuertes lluvias que dañan el estado de estas. El agua potable presenta problemas para su distribución lo que permite el débil desarrollo turístico, es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que el destino logre alcanzar los requerimientos básicos.

16.3.4.2.1 Transporte

A través de una visita a COTRAN, el Responsable del Control Operacional proporciono los horarios, destinos y costos de las unidades que transitan por el Municipio de Terrabona.

El transporte público para llegar a este destino tiene los siguientes horarios:

✓ Transporte Lukes
Ruta Matagalpa-Monteverde.

- Sale de Matagalpa 1:00 pm, pasa por la finca a las 2:40 pm y llega a la comunidad Monteverde a las 3:20 pm.
- Sale de la comunidad Monteverde a las 5:00 am, pasa por la finca a las 5:30 am y arriba a Matagalpa a las 7:00 am

Ruta Matagalpa-Bonete

- Sale de Matagalpa 3:00 pm, pasa por la finca a las 4:40 y llega a la comunidad el Bonete a las 7:00 pm
- Sale de la comunidad el Bonete a las 5:00 am, pasa por la finca a las 7:00 am y arriba al municipio de Matagalpa a las 9:00 am

✓ Transporte Gemelos

Ruta Matagalpa-Terrabona

- Sale de Matagalpa 12:00 md, pasa por la finca a las 1:40 pm, y llega al municipio de Terrabona a las 3:10 pm.
- Sale de Terrabona a las 5:00 am y arriba a Matagalpa a las 8:10 am.

16.4 Demanda turística potencial

Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado. MINCETUR (2016)

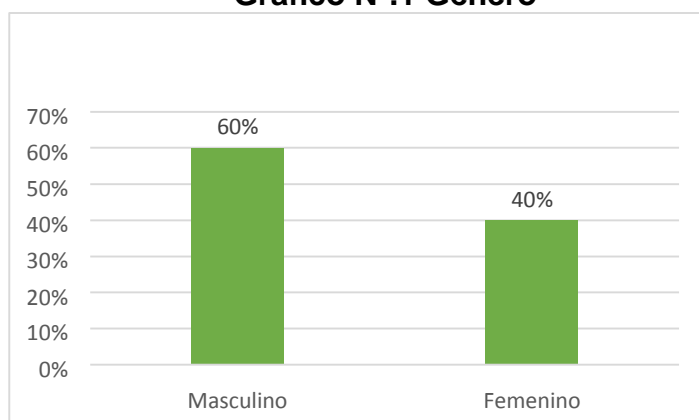
16.4.1 Aspectos Sociodemográficos

La palabra sociodemográficos se puede descomponer en dos Socio que quiere decir sociedad, y Demografía que quiere decir estudio estadístico sobre un grupo de población humana. En consecuencia sociodemográfico es un estudio estadístico de las características sociales de una población, es decir cuántos tienen estudios medios, universitarios, edad, sexo, procedencia, cuantos trabajan, cuantos están desempleados, cuantos tienen la casa propia y cuantos la tienen de alquiler/renta. Habrá tantas variantes como aspectos se quieran estudiar. Martínez (2006)

16.4.1.1 Género

El sexo se distingue del género aunque van de la mano, el sexo difiere entre las características físicas entre una mujer y un hombre, el género lo hacen en la relación a nivel cultural o se es masculino o se es femenino, llevando a una condición que puede cambiar o modificar a pesar de lo correctamente dicho por la sociedad. Areiza (2015)

Gráfico N°.1 Género



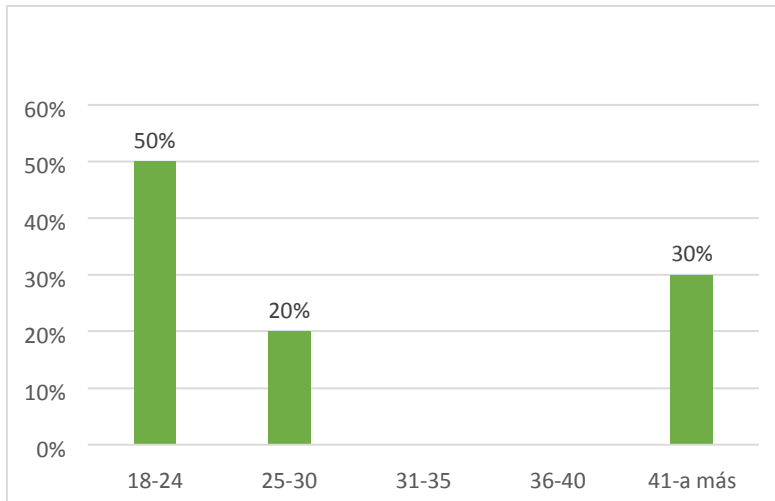
Fuente: A partir de encuestas aplicadas a turistas

Como se observa anteriormente, la gráfica refleja que en su mayoría de los encuestados son viajeros varones con un 60%, es decir de cada 10 turistas 6 de estos son del género masculino, debido a que tienen mayor tiempo libre, es decir que tienen sus actividades permanentes como estudiar o trabajar, y cuando tienen vacaciones aprovechan para visitar distintos sitios y atractivos turísticos, las mujeres correspondieron en el 40%, es decir de cada 10 viajeros 4 son del género femenino.

16.4.1.2 Edad

Edad, con origen en el latín aetas, es un vocablo que permite hacer mención al tiempo que ha transcurrido desde el nacimiento de un ser vivo. Ana Gardey (2012)

Gráfico N°.2 Edad



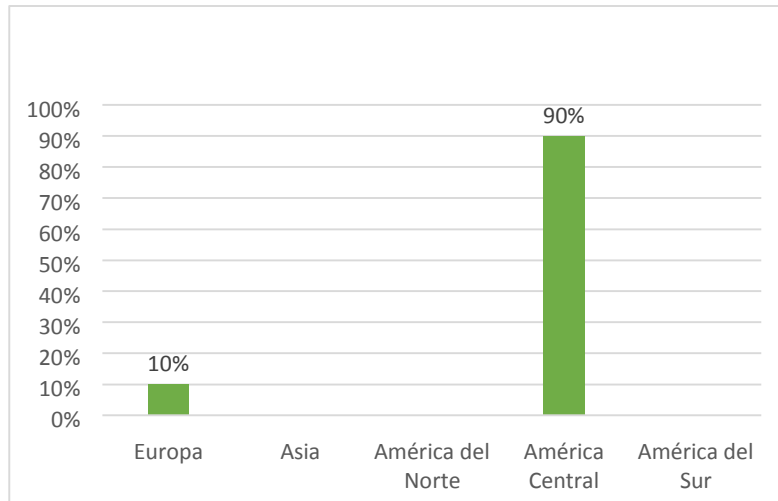
Fuente: A partir de encuestas aplicadas a turistas

La mayor parte de los turistas que viajan son jóvenes entre la edad de 18 a 24 años, abarcando el 50% de la estadística, esto se debe a que tienen las capacidades físicas, tiempo libre y motivaciones, para desconectarse de su rutina y gastar en turismo. Dentro de los turistas encuestados los extranjeros que viajan al país están en el rango de 25 años en adelante, con el propósito de pasar vacaciones, estudios científicos y por motivos de trabajo. Los de 41 a más vienen en busca de atractivos y visita a amigos.

16.4.1.3 Procedencia

La palabra procedencia se emplea para designar el origen, el comienzo que ostenta algo, un objeto, una persona y del cual entonces procede. Fernández (2008)

Gráfico N°3. Procedencia



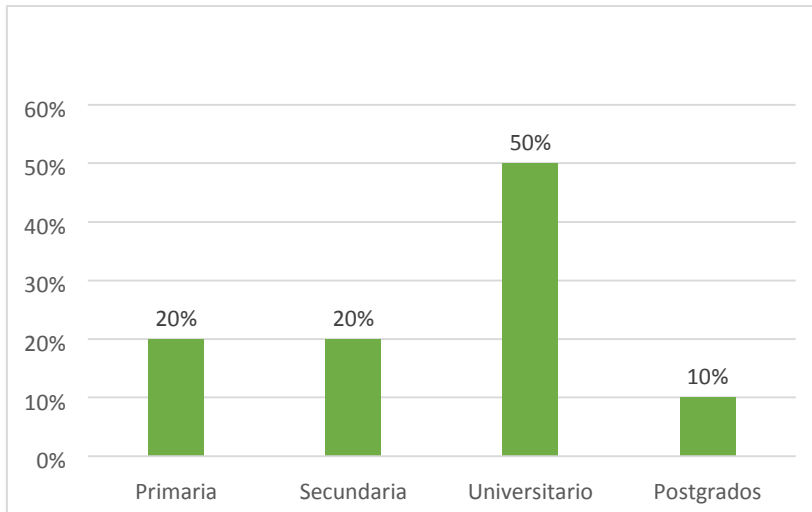
Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas.

Según las encuestas aplicadas a los turistas, dio como resultado que los centroamericanos son los que más visitan el país, alcanzando un 90%, es decir de 10 turistas encuestados 9 son de la región de Centroamérica, en este caso predominaron los Costarricenses, debido a la cercanía territorial y al poder adquisitivo, en segundo plano se cuenta con la visita de Europeos, siendo estos turistas potenciales para el país.

16.4.1.4 Educación

El estudio es el emprendimiento de una búsqueda infinita de nuevos conocimientos a fin de desarrollar aptitudes y habilidades que pueden servir para recrear o dominar un ambiente determinado o situación. Escobar (2015)

Gráfico N°4. Educación



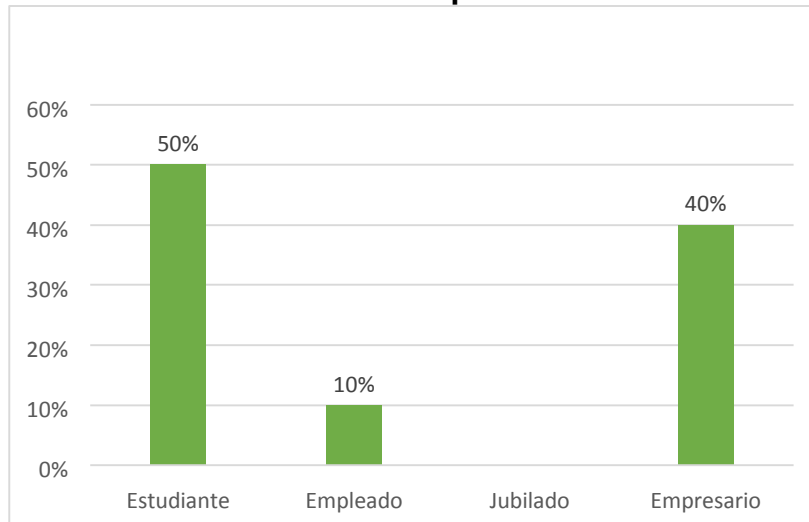
Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas.

Los turistas potenciales encuestados, la mayoría tienen un alto nivel de educación, el 50% tienen un estudio universitario, siendo estos los nicaragüenses, un 20% alcanzó la secundaria, otro 20% obtuvo sólo la primaria y un 10% alcanzó un nivel más alto como es el postgrado.

16.4.1.5 Ocupación

Aquella faceta del empeño humano que da respuesta a las necesidades vitales de un individuo, que le permiten cumplir con las demandas sociales de su comunidad de pertenencia, así como al quehacer a través de la cual el ser humano se distingue y expresa, revelando al agente del acto, y que se constituye en una forma de dar sentido a la existencia, construyendo y creando su identidad personal, cultural y social. La ocupación puede constituir un vehículo o forma de dar sentido, significado a la existencia, incidiendo, por tanto, en el bienestar psicológico y, quizá también, espiritual del ser humano". Rondina (2006)

Gráfico N°5. Ocupación



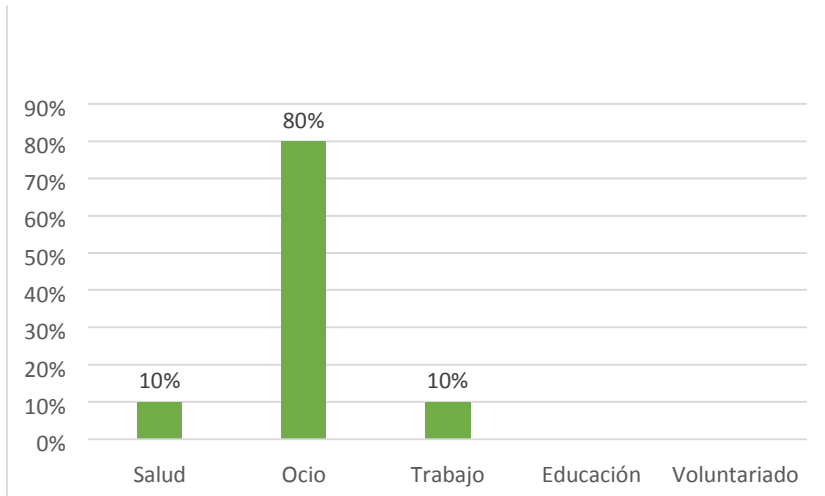
Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas.

Como se puede observar en la gráfica, los turistas encuestados son en mayor parte estudiantes alcanzando un 50% de estadísticas, en segundo plano los turistas que visitan el país son empresarios que durante su tiempo libre desean explorar diferentes sitios turísticos con preferencia a la naturaleza.

16.4.1.6 Motivo principal del viaje

Conjuntos de elementos o factores que determinan el desplazamiento de los individuos, predisposición de una o grupo de personas, para actuar de una determinada manera. Estadísticamente, es el motivo principal de la visita, es el motivo sin el cual el viaje no se hubiera realizado. Prestigio, estatus, moda, religión, interés científico o político, relajación, descanso, curación, práctica de deportes, juegos de azar, placer, diversión, espíritu de aventura, visita o descubrimiento. Contacto con familiares y amigos, son algunas de ellas. Merlo (2009)

Gráfico N°6. Motivo principal del viaje



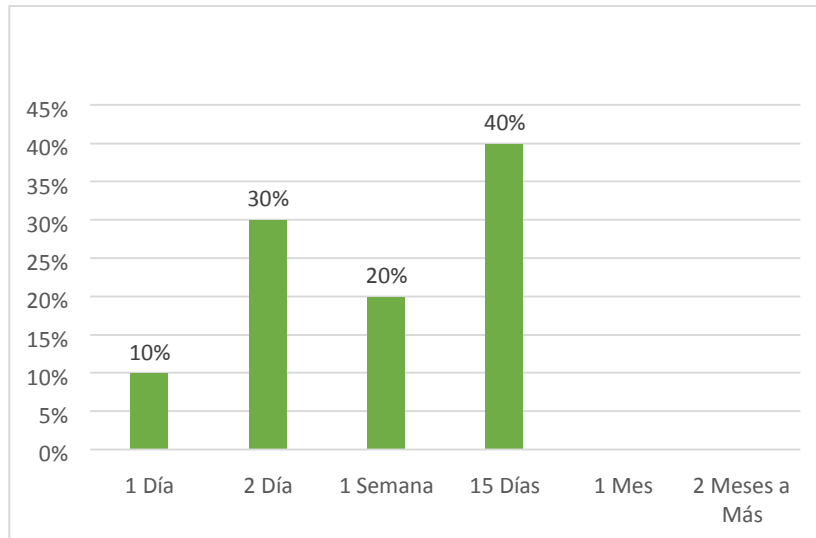
Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas

El mayor rango del motivo de viaje es ocio o turismo, representando el 80% de los turistas encuestados, cabe recalcar que los tipos de turismo más demandados son el turismo de naturaleza y rural. El 10% corresponde a turistas que viajan por salud y el otro 10% lo hace por trabajo.

16.4.1.7 Duración de la visita

Es la acción de cortesía que se realiza yendo a casa de un familiar, amigo o conocido por amistad, atención, conversación o consuelo por periodos de tiempo cortos. Así mismo nos referimos a la permanencia, estadía y/o duración en un lugar específico por periodos cortos. Es decir, lo que caracteriza a la duración de la visita como tal es el tiempo de permanencia en un sitio ajeno a nuestro lugar de convivencia diaria. Gardey (2010)

Grafico N°7. Duración de la visita



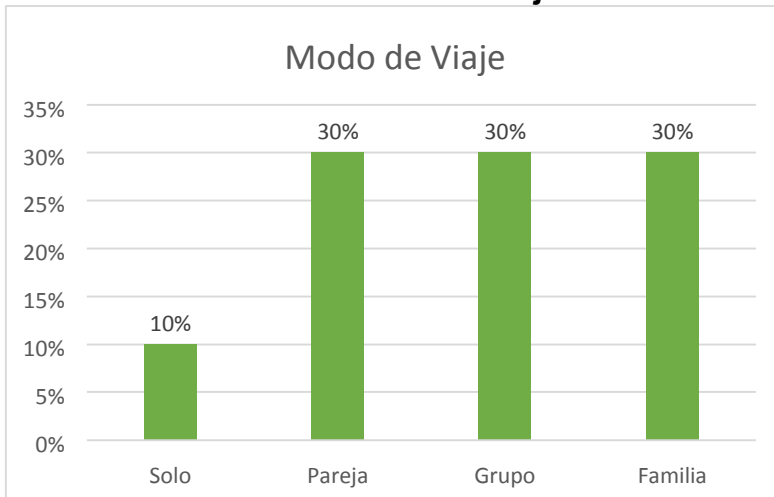
Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas.

En la gráfica se puede notar que la gran mayoría de turistas encuestados pernoctan en el destino turístico por 15 días, representando estos el 40% del total, siguiéndole el grupo de viajeros con el 30% cuya estadía es por una semana, el 20% constituye la estancia por 2 días y 10% que permanece únicamente un día.

16.4.1.8 Modo de viaje

Es la forma que el visitante viaja puede ser solo acompañado ya sea con familia amigos, otros.

Gráfico N°8. Modo de viaje



Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas.

En encuestas aplicadas a visitantes se les preguntó acerca del modo de viaje a sitios, atractivos o destinos turísticos, y cuya respuesta es de que la mayoría viajan acompañados ya sea en familia el 30%, en grupo el 30%, en pareja el 30% y el 10% de turistas encuestados dedujo que viajan sólo porque se conoce más y mejor los atractivos turísticos.

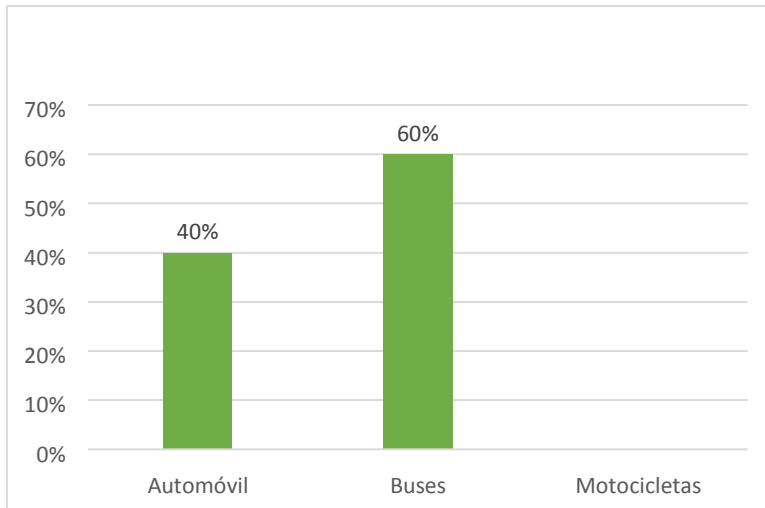
16.4.2 Planta turística

Corresponde al subsistema integrado por el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos) y las instalaciones turísticas. Aguilar (2008)

16.4.2.1 Transporte

La palabra transporte está asociada a diversos significados y se considera un aspecto fundamental del comercio. El objetivo puede ser el de trasladar personas u objetos, por vía terrestre, marítima, fluvial y aérea. Páez (2016)

Gráfico N°9. Transporte



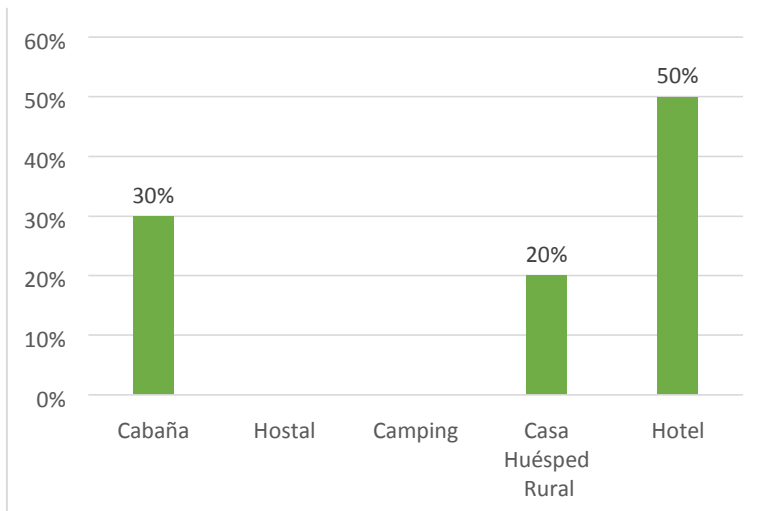
Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas

Los viajeros respondieron que para movilizarse de un lugar a otro con fines turísticos, hacen uso de buses, siendo estos el 60%, es decir de cada 10 turistas 6 viajan a través de buses públicos, esto debido a que en el país no se oferta un transporte turístico como tal, únicamente se puede adquirir el transporte turístico privado que es costoso. El otro 40% de viajeros se trasladan por vehículos, es decir de cada 10 turistas 4 viajan a través de vehículos, ya sea; camionetas o carros.

16.4.2.2 Alojamiento

Alojamiento es la acción y efecto de alojar o alojarse (hospedar, aposentar, colocar una cosa dentro de otra). El uso más frecuente del término está vinculado al lugar donde las personas pernoctan o acampan, generalmente en medio de un viaje o durante las vacaciones. Los hoteles, los albergues y las posadas son tipos de alojamiento. Ana Gardey (2010)

Gráfico N°10. Alojamiento



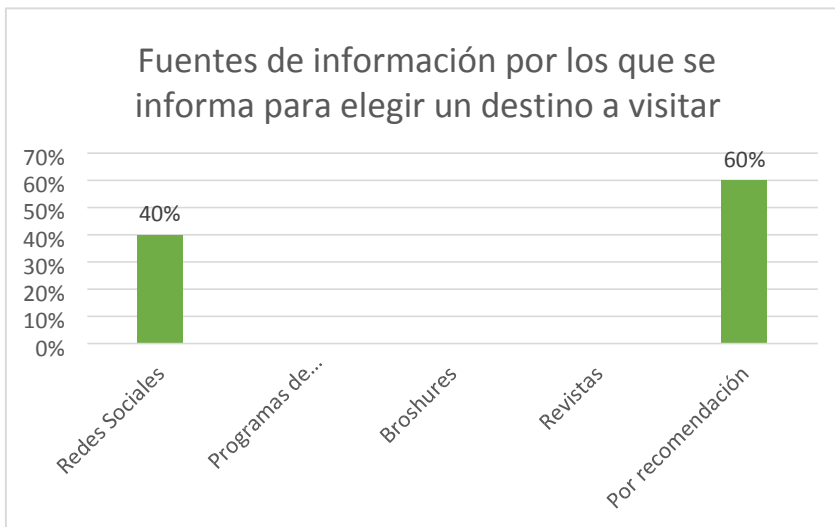
Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas.

Con relación al alojamiento el 50% de los viajeros, es decir de cada 10 turistas, 5 de estos eligen hospedarse en hoteles, que cuenten con infraestructuras debidamente equipadas, ya que un buen descanso es la mayor prioridad de ellos, así mismo el 30% de visitantes prefieren alojarse en cabañas con características rústicas, ambientadas y con todo el equipamiento necesario para satisfacer sus ideales, el otro 20% lo representa exploradores que escogen albergarse en casas huésped rural, por lo que sus motivos son vivir experiencias con familias en el campo, haciendo actividades gastronómicas, agropecuarias y ambientales.

16.4.3 Aspectos de publicidad

Es la forma por el cual se da a conocer un sitio en él se puede colocar la información que pueda ser de utilidad para el visitante y que a su vez sea atractiva para que se pueda interesar por el sitio y así obtener demanda.

Gráfico N°11. Aspectos de publicidad



Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas

En encuesta aplicada a turistas se les cuestionó acerca de cómo se informan al momento de elegir un destino turístico a visitar, cuyo resultado es de que el 60% de los viajeros lo hacen por recomendación de otra persona que visitó dicho lugar, es decir de cada 10 turistas, 6 de estos viajan a un atractivo turístico por medio de las buenas recomendaciones u otra persona le invitó a que se diera el gusto de visitar tal sitio, por otro lado el 40% es decir, 4 de cada 10 viajeros planean explorar un lugar turístico, a través de las ofertas turísticas que se venden por medio de las redes sociales, cuya actividad eligen mayormente en el sitio Facebook.

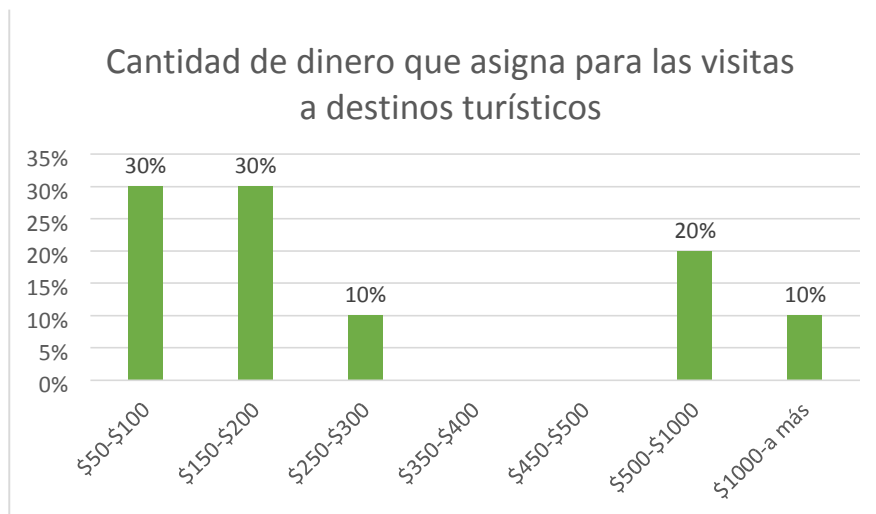
16.4.4 Aspectos socioeconómicos

Son las experiencias sociales y económicas y las realidades que te ayudan a moldear la personalidad, las actitudes y la forma de vida. También puede definirse como una ciencia social que estudia los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, justificada por el deseo humano de satisfacer sus propias necesidades. ASTROS (2016)

16.4.4.1 Gasto promedio

Los gastos se identifican con la corriente real de las operaciones de consumo de bienes y servicios, en las que incurre una empresa para poder llevar a cabo su actividad de explotación y actuaciones extraordinarias. Rubio (2013)

Gráfico N°12. Gasto promedio



Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas

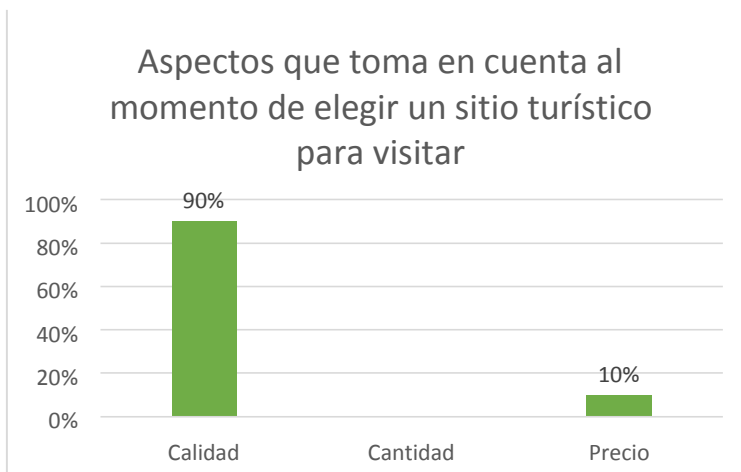
En la gráfica se representa la cantidad de dinero que suelen gastar los turistas, de los cuales el 30% de viajeros gastan entre \$50-\$100 durante el viaje, en segundo plano un 30% de visitantes, es decir, de cada 10 turistas, 3 logran consumir entre \$150-\$200, los extranjeros encuestados dicen soler gastar de \$500\$1000 y de \$1000

a más debido a que pernoctan alrededor de 15 días en el país, cuyos días los distribuyen conociendo diferentes sitios y destinos turísticos, y en menor escala un 10% invierte entre \$250-\$300 por viaje a país.

16.4.3 Decisión de compra

Proceso de decisión importante que se halla detrás del acto de comprar un producto o servicio, compuesto de diferentes etapas por las que pasa el comprador para decidir qué producto o servicio es el que más se adecua a sus necesidades y le proporciona un mayor valor. Si la decisión de compra es satisfactoria y proporciona valor al consumidor y, además, se utilizan herramientas para la fidelización de éste, es altamente probable la reiteración de la compra al mismo proveedor. Interactivo (2016)

Gráfico N° 13. Decisión de compra



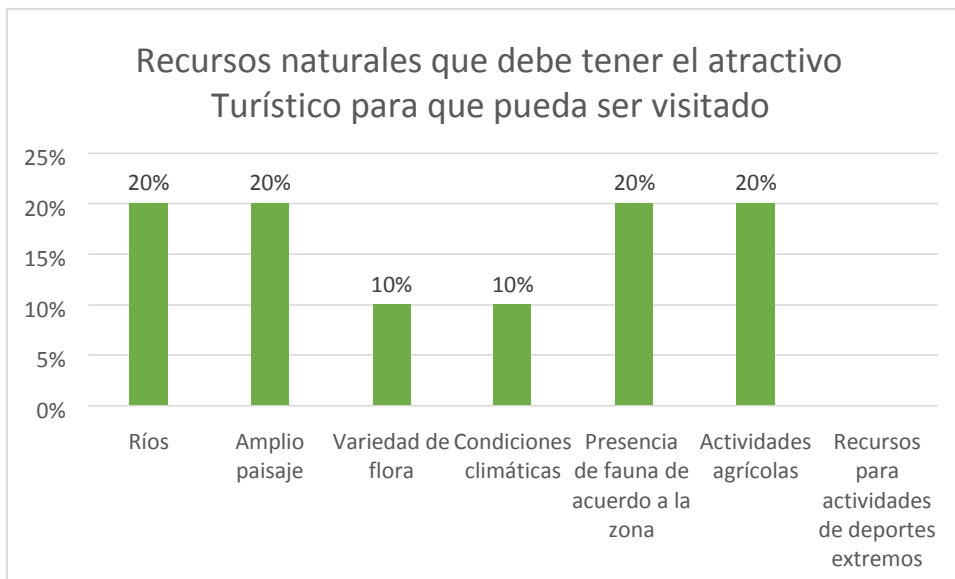
Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas

La calidad es lo que priorizan la mayoría de los turistas encuestados, siendo estos el 90% es decir, de cada 10 turistas, 9 compran o visitan un sitio turístico a partir de la calidad de atención, calidad da alimentos, calidad de alojamiento, en fin que todas sus vacaciones sean placenteras. Sólo un 10% elige visitar un atractivo tomando en cuenta el precio.

16.4.4 Recursos Naturales

Según Marcano, (2010) Los Recursos Naturales son un bien, una sustancia o un objeto presente en la naturaleza, para satisfacer las necesidades y deseos de una sociedad humana. Por lo tanto se trata de una materia prima, mineral (ejemplo el agua) o de origen vivo (ejemplo el pescado). Puede ser de materia orgánica como el petróleo, el carbón, el gas natural o la turba. También puede tratarse de una fuente de energía: energía solar, energía eólica o, por extensión, de un servicio del ecosistema.

Gráfico N° 13. Recursos naturales



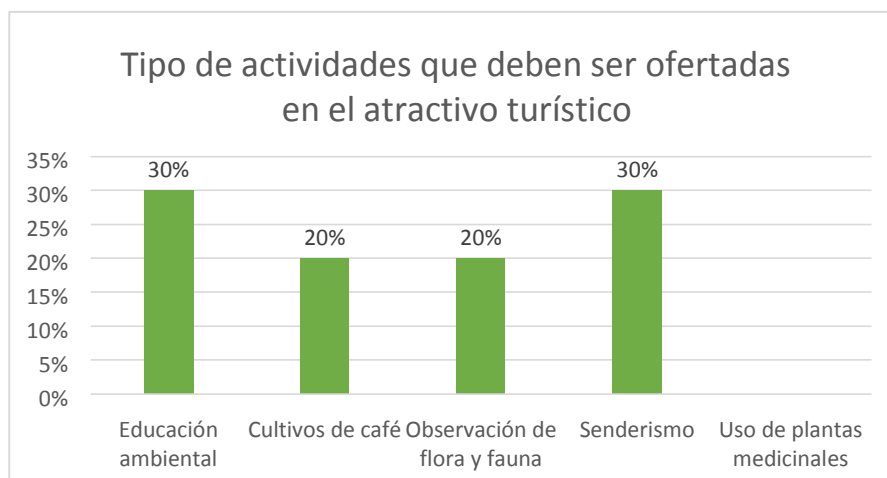
Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas

Los recursos naturales en todos sus aspectos, hoy en día tienen un gran significado en el sector turístico, ya que estos son la mayor atracción de los turistas, que según la encuesta realizada, los viajeros expresan que los destinos turísticos que desean visitar, deben contar con ríos, amplio paisaje, variedad de flora y fauna, actividades agrícolas y en segunda escala los turistas refieren que las condiciones climáticas inciden en el momento de elegir que sitios turísticos visitar.

16.4.5 Actividades recreativas y educativas

Son aquellas actividades que se pueden realizar en un espacio abierto para conocer y aprender de una determinada temática como la educación ambiental, se puede hacer deporte extremo si el sitio presta las condiciones para realizarlo. Y otras actividades que pueden ser ofertada al visitante para hacer su estadía más placentera lo que puede ocasionar que el visitante se motive a visitar nuevamente el destino.

Gráfico N° 14. Actividades recreativas y educativas



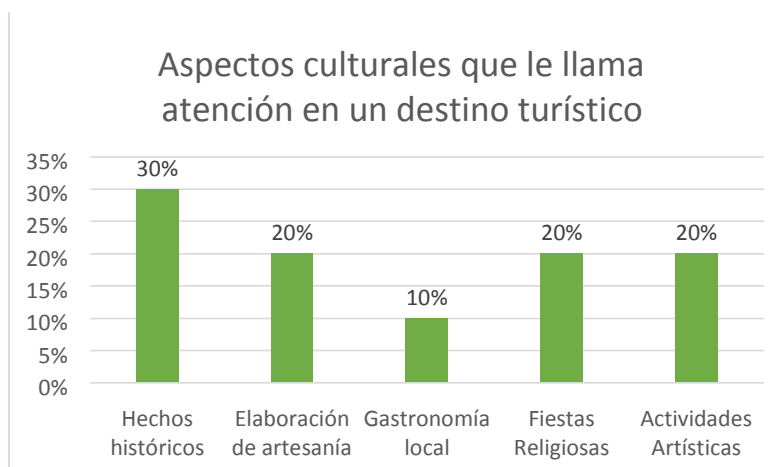
Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas.

Los viajeros encuestados aducen que para conocer un atractivo turístico, este debe ofertar amplia gama de actividades como educación ambiental representando el 30% de los turistas, es decir de cada 10 viajeros, 3 expresan que desean hacer turismo con mención en la educación ambiental, así mismo opinan que se debe ofrecer el senderismo, cultivos de café y observación de flora y fauna

16.4.6 Aspectos culturales

Son una gama de aspectos en la vida del hombre que lo identifica como originario de un determinado lugar, lenguaje, creencias con formado por hechos históricos, creación de artesanía como es el caso de los Masaya que elaboran artesanía para su supervivencia, fiestas religiosas (fiestas patronales), actividades artísticas como los bailes y la música, sin faltar la gastronomía.

Gráfico N°15. Aspectos Culturales



Fuente: A partir de las encuestas realizadas a turistas.

La cultura de los destinos turísticos incide directamente en el desarrollo del turismo, ya que cada una de las actividades culturales, atrae y diversifica la oferta turística local. De los turistas encuestados el 30% le llama la atención los hechos históricos ya sean religiosos, políticos o sociales, a un 20% le interesa la elaboración de artesanías, a la misma vez tener la experiencia de hacer algún tipo de estos objetos y también desean comprar y llevar a sus casas recuerdos o souvenirs del destino, las fiestas religiosas representan el 20% de actividades preferidas, siguiéndole las actividades artísticas con un 20% de turistas y el otro 10% les llama la atención la gastronomía local, debido a su sabor, color, olor, textura y calidad.

16.5 Competencia Turística

El concepto de competencia se enfoca a la competitividad a partir de garantizar al turista una experiencia satisfactoria, respetar la autenticidad de las comunidades anfitrionas, usar de manera óptima los recursos ambientales y asegurar actividades económicas viables a largo plazo. Vásquez, (2011)

16.5.1 Sitios turísticos del entorno

Para Robert Auzelle (1973) citado por Garduño, (2012) el espacio social es el hábitat del hombre: es él quien lo crea y lo transforma con el objetivo de hacerlo funcional para que se desarrollen las múltiples actividades y acciones humanas, que a su vez influyen en la formación, construcción y transformación del hombre.

16.5.2 Productos Ofertados

Todo aquello que se puede ofertar en un mercado para su uso y consumo, y que esté pensando para satisfacer un deseo o en una necesidad. Pueden ser tan objetos físicos (bienes) como servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas. Mheducation, (2016)

16.5.3 Fortalezas

Son las características y capacidades internas de la organización que le han permitido llegar al nivel actual de éxito y lo que le distingue de la competencia (ventaja competitiva). La organización tiene control sobre ellas y son relevantes. Algunos ejemplos son el posicionamiento en el mercado, la porción de mercado, exclusividad de un producto de punta, recursos humanos leales y motivados, salarios competitivos, estilo gerencial exitoso, proceso muy eficiente de producción, capital de trabajo adecuado y otros. Jessie M, (2016)

16.5.4 Debilidades

Son las características y capacidades internas de la organización que no están en el punto que debieran para contribuir al éxito y más bien provocan situaciones desfavorables. Al igual que las fortalezas, la organización tiene control sobre ellas y son relevantes. Las fortalezas pueden convertirse en debilidades, por ejemplo, si cambia la estructura salarial y deja de ser competitiva, si ocurre algo que provoque desmotivación importante en los empleados, si se pierde la exclusividad de un producto de punta, si se reduce sustancialmente el posicionamiento en el mercado y así sucesivamente. Jessie M, (2016)

Tabla N° 10. Análisis de la competencia

Sitio turístico de competencia	Productos Ofertados	Fortalezas	Debilidades
<p>FINCA LA CANAVALIA: Finca “Canavalia” es una finca dedicada a la producción agropecuaria, la capacitación y la preservación de la naturaleza. Aquí se desarrollan proyectos de conservación y</p>	<p>La producción agropecuaria proporciona a los turistas una encantadora combinación de atractivos; Las caminatas por los senderos de la plantación de café, plátano y árboles de madera preciosa propician el contacto con aves, insectos y animales de distintas especies, tales como perezoso, monos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con un amplio servicio de hospedaje. 2. Ofrece alimentación local mayormente cosechados en la finca. 3. Está posicionado dentro de un sitio turístico con prácticas socio 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contaminación ambiental en fechas de temporada debido a la cantidad de producción de café. 2. Falta de señalización turística. 3. No cuenta con servicio de transporte para clientes. 4. La ubicación de los

<p>Ecoturismo, para garantizar la protección y el uso racional de los recursos, con una visión empresarial alternativa.</p>	<p>Congo, mariposas, oropéndolas, que se observan durante el recorrido por el agro ecosistema.</p> <p>Se puede disfrutar la impresionante geología de la zona.</p> <p>El visitante podrá conocer las labores agronómicas que se le da al café, chayote, maracuyá y achiote. Asimismo del manejo a la ganadería bovina, caprina, avícola, porcina y apícola.</p>	<p>Ambientales.</p> <p>4. Oferta un auditorio para cualquier tipo de evento.</p> <p>5. Tiene facilidades de acceso debido a que se encuentra a orillas de la carretera.</p> <p>6. Hacen programas sociales como reforzamientos escolares.</p>	<p>baños no es la apropiada, debido que se encuentran cerca de la cocina.</p> <p>5. Falta de área recreativa para niños.</p> <p>6. Débil organización</p> <p>7. Depreciación e Infraestructura en mal estado.</p>
---	---	---	---

Fuente: Información recopilada desde la entrevista a prestadores de servicio.

La información plasmada en la tabla fue adquirida a través de una breve entrevista dirigida a prestadores de servicios la cual fue esencial para conocer por qué este sitio forma parte de la competencia de finca Las Pilas, un punto principal es que están posesionadas en zonas rurales, además de que trabajan con cultivos como el café, la producción agropecuaria, la conservación ambiental y buenas prácticas sostenibles.

16.5.4.1 Unidad de Servicios y Producción “La Canavalia” Propiedad:
Asociación para la Diversificación y el Desarrollo Agrícola Comunal –

ADDAC

Ubicación: Comarca Yasica Sur, municipio de San Ramón, Departamento Matagalpa

Dirección Exacta: A 19 kilómetros al Noreste de la ciudad de Matagalpa, (Carretera Matagalpa-El Roblar). Contacto: 2-772-7108, Gmail central@addac.org.ni

17 CONCLUSIONES

1. Finca las Pilas está ubicada, en la comunidad El Castillo, sector N^o en el municipio de Terrabona, a 20 km de la cabecera departamental de Matagalpa, aproximadamente a 1 hora con 40 minutos del municipio de Matagalpa. Su elevación es de 820 msnm, con una precipitación anual de 900 mm se caracteriza por poseer un área total de 100 manzanas distribuidas de la siguiente manera: 5 manzanas de bosque, 10 manzanas de café, 60 manzanas de potrero y 25 manzanas para huertos de granos básicos y hortalizas. Así mismo la finca cuenta con una gran variedad de recursos naturales entre los que sobresalen: diversidad de flora y fauna, fuentes hídricas, así como recursos socio-económicos: producción de café, granos básicos, ganadería y prácticas sostenibles. Además de una amalgama de gastronomía exquisita de la cual su materia prima la mayoría son producidos en la finca.

2. Finca las pilas no oferta los servicios de alimentación, ni alojamiento para turistas como tal, sin embargo presta las condiciones para elaborar un pequeño paquete turístico por dos días con capacidad para tres personas. En la finca no se cuenta con transporte privado para transportar a los turistas, quien desee visitarla deberá tener un vehículo propio o viajar por bus. Debido a la potencialidad de Finca Las Pilas, se puede desarrollar una serie de actividades turísticas y gastronómicas como: hacer cuajada, cabalgatas, ordeñar vacas, hacer tortillas, avistamiento de aves, senderismo, bañar en la pequeña cuenca, tomar fotografías a las excelentes panorámicas y atardeceres, participar en las actividades agrícolas, hacer abono orgánico y plantar árboles.

3. Se identificó la demanda turística potencial siendo los extranjeros de origen Europeo y Costarricenses quienes más demandan sitios rurales por que desean salir de su rutina diaria y buscan espacios en los que puedan tener un contacto

directo con la naturaleza. Seguido de turistas nacionales y estudiantes, que con frecuencia viajan a lugares turísticos con una amalgama de actividades relacionadas a la educación ambiental.

4. La trascendental competencia para Finca Las Pilas es: Finca La Canavalia, es su competencia debido a la similitud de actividades que hacen desde la agricultura, la ganadería, prácticas ambientales. Así mismo compiten por el clima, la seguridad y punto estratégico.

5. La principal tendencia de Finca Las Pilas es el turismo rural, ya que en ella se pueden implementar actividades como agroturismo y ecoturismo.

18 RECOMENDACIONES

1. Mejorar la comunicación entre los diferentes dueños de fincas a su alrededor y diferentes autores locales para la preservación de los recursos naturales encontrados en la finca.
2. Establecer convenios con las delegaciones del INTUR y MARENA, para obtener el apoyo de dichos entes en planes o proyectos de desarrollo turístico en la comunidad.
3. Impulsar programas de reforestación en la zona y elaborar un plan de manejo forestal sostenible.
4. Establecer mecanismos de coordinación para la aplicación de leyes ordenanzas ambientales municipales.
5. Capacitar personal para trabajar en la actividad turística y brindar un buen servicio que satisfaga las necesidades del visitante.
6. Acondicionar los senderos con áreas de descanso y rótulos, para empezar, ofertando recorridos de un día, mientras se invierte en diversificar la oferta.

BIBLIOGRAFIA

Ana Gardey, J. P. (2012). definicion.de/edad/. Obtenido de definicion.de/edad/: <http://definicion.de/edad/> el 08 de febrero 2019.

Areaciencias. (04 de noviembre de 2018). Areaciencias.com. Obtenido de Areaciencias.com: <http://www.areaciencias.com/recursos-naturales.htm>

Areiza, F. (23 de octubre de 2018). Concepto de definición. Obtenido de conceptodefinicion.de: <http://conceptodefinicion.de/sexo/> Arriaza, K. L. (2008).

Diagnóstico del Potencial Turístico de la Hacienda San Luis y sus perspectivas de desarrollo turístico en el Municipio de Matagalpa en el departamento de Matagalpa durante el II semestre 2008. Matagalpa.

Arroyo, L. S. (05 de octubre 2018). Redes Sociales Académicas. Obtenido de Redes Sociales Académicas:
<http://files.sld.cu/bmn/files/2014/05/redessocialesacademicas.pdf>.

Centeno Omar (2019) propietario de finca Las Pilas.

Falcón y herrera. Análisis del dato estadístico (guía didáctica).universidad bolivariana de Venezuela, caracas, 2005.

Instituto nicaragüense de turismo, INTUR (2016) El turismo y su incidencia en el desarrollo económico de la país, volumen II.

Tamayo & Tamayo, (1997) Recuperado de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-ytamayo.html>. (06 de marzo 2019)

Manual para planificadores de diagnóstico turístico locales, Quijano Karla (2009).

Mapa nacional del turismo, INTUR (2016)

OMT (1999): Agenda para planificadores locales: Turismo sostenible y gestión municipal. pp. 40- 4. Madrid: OMT.

Planeación de gestión y desarrollo turístico Municipal. IICA (2008).

Vargas, E. (02 de Marzo de 2019). Www.rainforest-alliance.org. Obtenido de www.rainforest-alliance.org:

http://www.rainforestalliance.org/tourism/documents/bosques_tropicales_esp.pdf

Vásquez, I. (10 de febrero de 2019). Listindiario. Obtenido de Listindiario:

<https://100sd.wordpress.com/2011/08/10/competencia-turistica-se-orienta-alasostenibilidad/>.

ANEXOS

ANEXO # 1



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALPA FAREM-MATAGALPA

Entrevista a propietario de finca

Somos estudiantes de V año de la carrera turismo sostenible de la UNAN FAREM MATAGALPA y estamos realizando una investigación de carácter turístico, de la cual esperamos como resultado un positivo análisis del potencial Agroturístico del sitio en estudio, por lo que necesitamos de su cooperación veraz y objetiva, así estaremos poniendo en práctica todas nuestras habilidades y aprendizaje extendido en la universidad.

Objetivo: Obtener información acerca de la dinamización, trabajo cotidiano, y todo lo que contiene la propiedad para llevar a cabo un análisis del potencial Agroturístico.

Nombre del entrevistado _____

Ocupación _____

Edad _____

Hora _____ Fecha _____

Hoja de desarrollo

Comunidad _____ Municipio _____ Departamento _____
Altitud _____ Latitud _____

Temperatura_____

Nombre del propietario de la finca _____

Nombre de la finca _____

Ubicación_____

Recurso económico_____ 1)

¿Cómo está dividida la propiedad?

R: Café_____ MZ

Potrero _____ MZ

Huerta _____ MZ

Bosque virgen _____ MZ

Otros _____ MZ

¿Cuál es el principal recurso económico?

R: _____

¿Cuál es el recurso económico secundario?

R: _____

2) ¿Cuáles son los productos cosechados o que se trabajan en la finca? ¿De dónde proviene el ingreso económico de la familia?

Granos básicos

R: _____

Frutas

R: _____

Verduras

R: _____

Otros

R: _____

3) ¿Qué y cuántos animales domésticos contiene en la finca?

R: _____

_____ 4)
¿Qué animales silvestres ha identificado dentro de la propiedad?

R: _____

_____ 5)
¿Qué flora mayor o menor podemos observar en la finca?

R: _____

6) ¿Usa químicos durante la siembra de productos alimenticios?

Sí _____ ¿Cuáles? _____

No _____

7) ¿Hace buenas prácticas ambientales en su propiedad?

Si _____

¿Cuáles? _____

No _____

8) ¿Manejo de la basura inorgánica? (Plástico, papel, vidrio, lata)

R: Entierran _____

Queman _____

Reciclan _____

Otro _____

9) Manejo de basura orgánica (Conchas de frutas, hojas secas)

R: Abono orgánico _____

Entierran _____

Alimento para animales domésticos _____

10) Manejo de aguas grises

R: Servicio de alcantarillado _____

Tubería de aguas negras _____

Sumidero _____

Filtro _____
Otro _____

11) Servicios básicos

R: Agua potable _____

Ojo de agua _____

Pozo artesanal _____

Energía eléctrica _____

Panel solar _____

Telecomunicaciones _____

¿Cuáles poseen y cómo es la calidad? _____ 12)

Transporte

R: Uso público _____

Uso privado _____ ¿Cuál? _____ 13)

Infraestructura

R: Casa hogar _____

Casetas de ordeño _____

Bodega _____

Pilas de agua _____

Otros

14)

¿Qué conoce acerca del Turismo?

R: _____

15) ¿Alguna vez ha escuchado la frase turismo rural?

Si _____ ¿Dónde y que piensa acerca de este?

No _____

16) ¿Ha participado en talleres de turismo?

Si _____ ¿Dónde? _____

No _____

17) ¿Considera usted que la finca posee potenciales recursos naturales, económicos y culturales para ser visitada por turistas?

De acuerdo_____

En desacuerdo_____

ANEXO # 2



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS

1. 1. DATOS GENERALES DATOS GENERALES

1.1 Nombre del recurso o atractivo: _____ 1.2

Ubicación del atractivo: _____

1.3 El atractivo se encuentra:

1. Dentro de la comunidad (en el área urbana) _____

2. Fuera de la comunidad (en los alrededores) _____

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es _____.

1.5 El atractivo dista de la comunidad más cercana a _____ Km.

2. 2. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

2.1 Natural

1. Playa De Río/Laguna _____

7. Bahía _____

2. Playa De Mar _____

8. Caída De Agua _____

3. Río/Laguna Sin Playa _____

9. Aguas Termales _____

4. Mar Sin Playa _____

10. Bosque _____

5. Isla/Islote _____

11. Observación De Flora O Fauna _____

6. Estero _____

12. Otro _____

2.2 Cultural

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| 1. Museo_____ | 7. Artesanía_____ |
| 2. Arquitectura Tradicional_____ | 8. Artes (Especifique) _____ |
| 3. Lugar Histórico_____ | 9. Comida Y/O Bebida Típica_____ |
| 4. Ruina /Sitio Arqueológico_____ | 10. Grupo Étnico_____ |
| 5. Manifestación Religiosa_____ | 11. Acontecimiento Programado_____ |
| 6. Feria Y/O Mercado_____ | 12. Otro _____ |

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

1. Todo el año_____
2. Por temporadas (especifique) _____
3. Evento programado (especifique fecha) _____

2.4 Horarios de atención / horas de disfrute del recurso _____

2.5 El atractivo o recurso tiene algún uso por parte de la comunidad local

1. Sí_____ ¿Cuál? _____ 2.
- No_____

Fuente de información:

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL RECURSO O ATRACTIVO

4.1 El recurso o atractivo se encuentra actualmente

1. Conservado_____
2. Deteriorado con posibilidad de recuperación _____
3. Deteriorado sin posibilidad de recuperación_____

4.2 El atractivo está a cargo de _____ y el número de teléfono o dirección de contacto es _____

4.3 Tenencia de la tierra donde se asienta el recurso o atractivo

1. Privada_____
2. Pública_____
3. Comunal_____
4. Otra_____

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

1. Sí_____ ¿Cuáles? _____

2. No_____

4.5 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del atractivo.

1. Si_____ ¿Cuáles? _____

2. No_____

4.6 El atractivo tiene impactos ocasionados por el turismo u otras actividades productivas que puedan afectar su calidad estética (puede contestar esta pregunta por observación directa o a través de informantes clave)

4.6.1 IMPACTOS AMBIENTALES

Positivo

Negativos

4.6.2 IMPACTOS SOCIALES

Positivo

Negativos

4.7 Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:

1. Todo el año_____

2. Por temporadas, los meses de: _____

4.8 Principales vías de acceso al atractivo:

- | | |
|---------------------------------|------------------|
| 1. Pavimentada/ Asfaltada | 6. Fluvial |
| 2. Adoquinada_____ | 7. Marítima_____ |
| 3. Empedrada_____ | 8. Aérea_____ |
| 4. Lastrada_____ | 9. Sendero_____ |
| 5. De Tierra (Carrosable) _____ | 10. Otro_____ |

4.9 Para llegar al atractivo existe señalización:

a) VIAL

1. Sí_____ 2.

No_____

b) TURÍSTICA 1.

Sí_____

2. No_____

Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte público (puede marcar más de una opción):

- | | |
|-------------------|------------------|
| 1. Bus_____ | 5. Canoa _____ |
| 2. Camioneta_____ | 6. Avión_____ |
| 3. Taxis_____ | 7. Avioneta_____ |
| 4. Lancha_____ | 8. Ninguno_____ |
| | 9. Otro_____ |

ANEXO # 3



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALPA FAREM-MATAGALPA

Somos estudiantes de la carrera de Turismo Sostenible de FAREM-MATAGALPA, estamos realizando un análisis del Potencial Agroturístico de finca Las Pilas, en el municipio de Terrabona durante el II semestre 2018, con el propósito de determinar la demanda turística potencial de la finca, por lo que solicitamos su colaboración para realizar la presente encuesta.

a) Género

Masculino _____ Femenino _____

b) Edad

18 – 24 años _____ 36 – 40 años _____
25 – 30 años _____ 41 – a más _____
31 – 35 años _____

c) Procedencia Europa _____

Asia _____
América del Norte _____
América Central _____
América del Sur _____

d) Nivel de educación alcanzado

Primaria _____
Secundaria _____
Universitario _____
Postgrados _____

e) Ocupación

Estudiante _____
Empleado _____
Jubilado _____

Empresario _____

f) Motivo principal del viaje

Salud _____

Ocio _____

Trabajo _____

Educación _____

Voluntariado _____

g) Duración de la Visita

1 Día _____

2 Días _____

1 Semana _____

15 Días _____

1 mes _____

2 meses a más _____

h) Modo de Viaje Solo _____

Pareja _____

Grupo _____

Familia _____

i) Medio de Transporte que utiliza en el destino visitado

Automóvil _____

Buses _____

Motocicletas _____

j) Tipo de alojamiento que utiliza en el destino visitado

Cabaña _____

Hostal _____

Camping _____

Casa Huésped rural _____

Hotel _____

l) ¿Cuáles son las fuentes de información por los que se informa para elegir un destino a visitar? Redes Sociales _____

Programas de Televisión _____

Broshures _____

Revistas _____

Por recomendación _____

m) ¿Qué cantidad de dinero asigna para sus visitas a destinos Turístico?

\$50 - \$100 _____

\$450 - \$500 _____

\$150 - \$200 _____

\$500 - \$1000 _____

\$250 - \$300 _____

\$1000 – a más _____

\$350 - \$400 _____

n) **¿Al momento de elegir un sitio turístico para visitar qué aspectos toma en cuenta?**

Calidad _____
Cantidad _____
Precio _____

o) **¿Cuáles de los siguientes recursos naturales debe tener el atractivo Turístico para que pueda ser visitado?**

Ríos _____ Presencia de fauna de acuerdo a la zona _____
Amplio paisaje _____ Actividades Agrícolas _____
Variedad de flora _____ Recursos para actividades de deportes extremo _____
Condiciones climáticas _____

p) **¿Qué tipo de actividades deben ser ofertadas en el destino Turístico?**

Pezca _____
Educación ambiental _____
Cultivos de café _____
Observación de Flora _____
Observación de Fauna _____
Senderismo _____
Uso de plantas medicinales _____

q) **¿Valore el nivel de importancia de los servicios básicos que debe tener el destino turístico?**

Actividades	Poco importante	Moderadamente importante	Bastante importante	Muy importante
	1	2	3	4
Energía Eléctrica				
Agua Potable				
Servicios Higiénicos				
Internet				
Servicio Telefónico				
Accesibilidad adecuada				
Señalización turística				

r) **¿Cuál de los siguientes aspectos culturales le llama la atención en un destino turístico?**

Hechos Históricos _____

Elaboración de Artesanía _____

Gastronomía Local _____

Fiestas Religiosas _____

Actividades Artísticas _____

ANEXO # 4



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALPA

FAREM-MATAGALPA

Entrevista para prestadores de servicio

Somos estudiantes de V año de la carrera Turismo Sostenible y estamos aplicando, entrevista con el objetivo de Analizar el potencial Agroturístico de Finca Las Pilas, para ello es necesario estudiar su competencia. Le agradecemos su colaboración ya que es de mucha importancia para el estudio.

Nombre del propietario: _____

Nombre del Sitio: _____

Responda

1) ¿Cuáles la ubicación de su negocio?

2) ¿Cuáles son los productos o servicios que se ofertan en su negocio?

-Alojamiento_____

-Transporte_____

-Alimentación_____

-Actividades turísticas_____

-Actividades agrícolas y gastronómicas_____

3) ¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles que pueden ser notados por el visitante?

Fortalezas_____

Debilidades_____

4) ¿Cuál es el producto o recurso que hace la diferencia entre su oferta y la oferta de la competencia?

ANEXO # 5



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA MATAGALPA

FAREM-MATAGALPA

Revisión Documental

Objetivo: Analizar el potencial Agroturístico de Finca Las Pilas, en el municipio de Terrabona. Para ello es necesario valorar las tendencias del turismo que incidirán en el desarrollo de La Finca.

1. ¿Cuáles son las principales tendencias del turismo?
2. ¿Cuáles son los principales tipos de turismo más demandados en Nicaragua?
3. ¿Por qué la tecnología es una tendencia del turismo?
4. ¿Porque las Redes Sociales y las Páginas Web forman parte de una tendencia del turismo?

ANEXO # 6

Cuadro Operacionalización de la Variable

Objetivos	VARIABLES	Definición Conceptual	Sub. Variables	Indicadores	Interrogantes	Técnicas	Escala	Dirigidas
Analizar el potencial agroturístico de finca Las Pilas	Potencial agroturístico	El agroturismo es una de las modalidades del turismo en espacios rurales, en el que se incluyen el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros. De	Caracterización de la finca	-Posición geográfica -Elementos de la finca -Reseña histórica Situación actual de la finca	¿Cuál es la ubicación geográfica de Finca Las Pilas? ¿Cómo es el clima, latitud y longitud de finca las pilas? ¿Desde hace cuánto tiempo	Revisión documental Entrevista	Respuesta abierta Respuesta abierta	Propietario de la finca Propietario de la finca

		<p>acuerdo con la definición de la Organización Mundial del Turismo (omt), citada por Barrera (2006), el agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna</p>			<p>es propietario de la Finca? ¿Cómo la obtuvo?</p> <p>¿Cuál es la extensión territorial de la Finca?</p> <p>¿De qué manera está organizada la finca Las Pilas?</p> <p>¿Qué tan importante es para usted conservar los recursos naturales?</p> <p>¿Qué</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios. En varios países, los conceptos.</p> <p>Según Andrade (2009) citado por Herrera (2008) “la potencialidad turística es el</p>			<p>importancia tiene para usted el medio ambiente?</p> <p>¿Ha recibido capacitaciones o adquirido conocimiento sobre educación ambiental?</p> <p>¿Cree que el Agroturismo es una alternativa para el desarrollo de la finca?</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		resultado del análisis del inventario de los recursos culturales de una esfera o círculo de cultura y de los datos cuantitativos y cualitativos de los atractivos turísticos, agrupados según su tipología de la actividad turística alternativa, ecoturismo, etnoturismo, turismo de						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>aventura, turismo rural, agro turismo, turismo comunitario, turismo religioso, científico y turismo cultural.</p>						
			<p>Oferta turística potencial</p>	<p>Recursos naturales -Bosque -Fuentes hídricas -Flora</p>	<p>¿Qué tipo de bosque es el que predomina en La Finca?</p>	<p>Entrevista</p>	<p>Tropical húmedo____ -Tropical seco ____ -Tropical seco -Húmedo -Nebliselva -Ojo de agua -Manantial -Flora mayor -Flora menor</p>	<p>Propietario de la finca</p>

				<p>-Fauna</p> <p>Rec. Socioculturales</p> <p>-Agricultura</p>	<p>¿Cuál es la diversidad de flora que posee la Finca?</p>	<p>Entrevista</p>	<p>-Aves -Mamíferos -Reptiles -Anfibios -Arácnidos -Otros</p> <p>Respuesta abierta</p>	<p>Propietario de la finca</p>
			<p>-Ganadería</p> <p>-Gastronomía</p>	<p>¿Cuál es la diversidad de Fauna que posee la Finca?</p>	<p>Entrevista</p>	<p>-Granos básicos -Verduras -Legumbres -Frutas -Vegetales -Otros</p> <p>Respuesta abierta</p>		
				<p>¿Cuántas áreas de producción posee la Finca?</p>				

					<p>¿Cuáles son los cultivos que se implementan en la Finca?</p> <p>¿Cómo valora la actividad Ganadera?</p> <p>¿Cuáles son los principales rubros de ingresos Socioeconómico que posee la finca?</p> <p>¿De qué manera han contribuido las actividades económicas en el desarrollo de la Finca?</p> <p>¿Cuáles son los servicios</p>		Respuesta abierta	
--	--	--	--	--	---	--	-------------------	--

					<p>gastronómicos que oferta la finca la Pilas?</p> <p>¿Qué conoce acerca del Turismo?</p> <p>¿Alguna vez ha escuchado sobre el Agroturismo?</p> <p>¿Ha participado en talleres o capacitaciones relacionados al turismo?</p> <p>¿Considera usted que la finca posee recursos potenciales naturales, económicos y culturales para ser visitada</p>			
--	--	--	--	--	---	--	--	--

					por turistas?			
			Demanda turística potencial	Aspectos sociodemográficos	-Género	Encuesta	Masculino_ Femenino_	Turistas potenciales
					-Edad		18 – 24 años _____ 25 – 30 años _____ 31 – 35 años 36 – 40 años _____ 41 – a más	
					-Procedencia		Europa _____ Asia _____ América del Norte _____ América Central América del Sur	

				<p>-Factores económicos</p>	<p>-Duración de la visita</p> <p>¿Cuáles son las fuentes de información por los que se informa para elegir un destino a atractivo Turístico para que pueda ser visitado?</p> <p>¿Qué cantidad de dinero asigna para sus visitas a destinos Turístico? Gasto</p>	<p>Grupo ____ Familia ____</p> <p>1Día ____ 2Días ____ 1Semana ____ 15Días ____ 1mes ____ 2 meses a más _____</p> <p>Redes Sociales _____ Programas de Televisión _____ Broshures _____ Revistas ____ Por recomendación _____</p>	
--	--	--	--	------------------------------------	---	---	--

				-Gustos y preferencias	promedio		<p>\$50 - \$100</p> <p>_____</p> <p>\$150-\$200</p> <p>_____</p> <p>\$250-\$300</p> <p>_____</p> <p>\$350-\$400</p> <p>_____</p> <p>Precio _____</p> <p>Tamaño _____</p> <p>Calidad _____</p> <p>Ríos _____</p> <p>Amplio paisaje _____</p> <p>Variedad de flora _____</p> <p>Condiciones climáticas _____</p> <p>Presencia de fauna de acuerdo a la zona _____</p> <p>Actividades Agrícolas _____</p> <p>Recursos para actividades de deportes _____</p>	
					Decisión de compra			
					¿Cuáles de los siguientes recursos naturales debe tener el atractivo Turístico para que pueda ser visitado?			

				Planta turística	<p>¿Qué tipo de actividades deben ser ofertadas en el atractivo Turístico?</p> <p>¿Cuál de los siguientes aspectos culturales le</p>	<p>extremo__ Otros__</p> <p>Pesca _____ Educación ambiental _____ Cultivos de café _____ Observación de Flora y fauna _____ Senderismo _____ Uso de plantas medicinales ____ Otros_____</p> <p>Hechos Históricos _____ Elaboración de Artesanía _____ Gastronomía Local _____ Fiestas Religiosas _____ Actividades _____</p>	
--	--	--	--	-------------------------	--	--	--

					<p>llama la atención en un atractivo turístico?</p> <p>¿Qué tipo de transporte utiliza cuando visita un sitio?</p> <p>¿Qué tipo de alojamiento utiliza cuando visita un sitio?</p>	<p>Artísticas y culturales_____</p> <p>Automóvil _____</p> <p>Buses _____</p> <p>Motocicletas _____</p> <p>Otro_____</p> <p>Cabaña _____</p> <p>Hostal _____</p> <p>Camping _____</p> <p>Casa Huésped rural _____</p> <p>Hotel_____</p> <p>Otro_____</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

			Competencias	<p>-Sitios turísticos del entorno</p> <p>-Productos ofertados</p>	<p>¿Cuáles la ubicación de su negocio?</p> <p>¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles que pueden ser notados por el visitante?</p> <p>¿Cuál es el producto o recurso que hace la diferencia entre su oferta potencial y la oferta de la competencia?</p> <p>¿Cuál es el producto o recurso que</p>	Entrevista	<p>-Fortaleza</p> <p>-Debilidades</p> <p>-Alojamiento</p> <p>-Transporte</p> <p>-Alimentación</p> <p>-Actividades turísticas</p> <p>-Actividades agrícolas y gastronómicas</p>	Administradora Finca La Canavalia
--	--	--	--------------	---	---	------------	--	-----------------------------------

					hace la diferencia entre su oferta y la oferta de la competencia?			
			Tendencias	-Las fronteras de las tecnologías Preferencias ideales para viajar	¿Porque la tecnología es una tendencia del turismo? ¿Porque las Redes Sociales y las Páginas Web forman parte de una tendencia del turismo? ¿Cuáles son las principales tendencias	Revisión documental	Libros Revistas Internet -Del sueño a la realidad -Recuerdos de la infancia -Turismo de bienestar y salud -Turismo rural	Autoras

					del turismo?		comunitario -Agroturismo -Turismo de aventura -Aumentan las escapadas Otro____ Respuesta abierta	
					¿Cuáles son las principales tipos de turismo más demandados en Nicaragua?			

ANEXO # 7

Análisis FODA de Finca Las Pilas

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Amplia gama de productos alimentarios ➤ Abundante agua (ojo de agua) ➤ Buen punto estratégico ➤ Variedad de atractivos económicos y naturales ➤ Elaboración de abono orgánico (Lumbrihumus) ➤ Uso de biodigestor (gas natural) ➤ Abono orgánico (biol-biodigestor) ➤ Excelente vista panorámica ➤ Caballos para cabalgatas ➤ Energía eléctrica ➤ Agua potable ➤ Telecomunicaciones (movistar y claro) ➤ Tranquilidad y seguridad ➤ Área para hacer camping ➤ Huerto familiar orgánico ➤ Interés por conservar el medio ambiente ➤ Acceso por el municipio de Matagalpa y Terrabona. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proyecto de agua potable e higiene ➤ Jóvenes con carreras universitarias y técnicas ➤ Comunidades con abanico de atractivos naturales y económicos (bosques con abundante flora y fauna) ➤ Posibilidad de competir en un turismo de calidad, no masivo. ➤ Las nuevas tendencias en la demanda de los turistas, abren nuevos mercados turísticos como el gastronómico, agroturismo, turismo rural y comunitario. ➤ Centros escolares ➤ Interés de los segmentos de mercado en visitar el municipio.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Suelo agotado (en ciertas áreas). ➤ Contaminación por aguas mieles de café. ➤ Uso de productos químicos. ➤ No hay tratado de agua de grises (tuberías, sumideros) /el servicio higiénico es letrina. ➤ Poco tratado de desechos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cambio climático ➤ No existen instituciones públicas o privadas que promocionen y sensibilicen acerca del turismo en la comunidad. ➤ Poco interés hacia el turismo por lo que se desconoce. ➤ El gobierno no invierte en sitios

sólidos.

- Débil organización.
- Pocos lotes de bosques vírgenes.
- Déficit en las escrituras de la finca.
- No hay hospedaje.
- Inversión para la producción no para el turismo.
- Falta de infraestructura (senderos).
- Centro de salud alejado.
- Poco conocimiento del sector turístico.

turísticos de la localidad.

- Despale en bosques vírgenes y cerca de las fuentes de agua.
- Quema de terrenos para las siembras.
- Plagas y enfermedades en los cultivos.
- Contaminación ambiental por parte del sistema agrícola.
- A las personas no les interesa invertir en la industria turística por el mismo desconocimiento de este y porque trabajan tradicionalmente en agricultura y ganadería.
- Transporte pésimo, el horario y carreteras en mal estado afecta la movilización de personas.
- Sequía de Ríos.
- Pérdida de valores y cultura.
- Migración.
- Otros destinos más posicionados.
- Comentarios negativos hacia el municipio.
- La distribución de agua potable, se hace mediante la energía eléctrica, por lo que si no hay energía, no hay agua.

ANEXO # 8

Cronograma de actividades

Actividades	Meses (2019)			
	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Presentación del tema Justificación 1. Objetivos 2. Variables.	Del 21 al 25			
Acopio bibliográfico		Del lunes 11 al 14		
Búsqueda de información y organización del marco teórico.		18 al 21		
Operacionalización de variables				
Presentación de instrumentos.		Del lunes 25 al 28		
Procesamiento de información				
Redacción de las conclusiones, Bibliografía y anexos.			Del lunes 25 al jueves 28	
Redacción de introducción, resumen, dedicatoria y agradecimiento				01 al 04 de Abril 2019

Entrega del informe final Defensa del informe				Viernes 08 y 12 de Abril 2019
--	--	--	--	-------------------------------

ANEXO # 9
FOTOGRAFÍAS DE FINCA LAS PILAS ¿QUÉ VER?

Atardecer en verano



Fuente: Fotografía propia

Panorámica en invierno



Fuente: Fotografía propia

Insecto, araña



Fuente: Fotografía propia

Mariposa Siproeta steleness



Fuente: Fotografía propia

Garrobo verde y Orquídea



Fuente: Fotografía propia

Luna llena



Fuente: Fotografía propia

ANEXO # 10
FOTOGRAFIAS DE FINCA LAS PILAS ¿QUÉ HACER?

Montar a caballo



Fuente: Fotografía propia

Ordeñas vacas



Fuente: Fotografía propia

Hacer tortillas



Fuente: Fotografía propia

Trabajar en el huerto familiar



Fuente: Fotografía propia

Avistamiento de aves



Fuente: Fotografía propia

Cortar café



Fuente: Fotografía propia

ANEXO # 11

FOTOGRAFÍAS DE LA GASTRONOMÍA DE FINCA LAS PILAS ¿QUÉ BEBER? ¿QUÉ COMER?

Gallina india asada



Fuente: Fotografía propia

Desayuno típico



Fuente: Fotografía propia

Güirila con cuajada



Fuente: Fotografía propia

Ornado de Maíz



Fuente: Fotografía propia

Tamales dulces



Fuente: Fotografía propia

Refresco de Maracuyá



Fuente: Fotografía propia

ANEXO #12

FOTOGRAFÍAS DE FINCA LAS PILAS ¿QUÉ EXPERIMENTAR?

Participar en la producción y cosecha de granos básicos, verduras, frutas y legumbres.

Remolacha



Fuente: Fotografía propia

Pipián



Fuente: Fotografía propia

Producción de Maíz



Fuente: Fotografía propia

Cosecha de café



Fuente: Fotografía propia

Zanahoria



Fuente: Fotografía propia