

## **Diseño de la tour Operadora “Grace Tours Nicaragua” en la ciudad de Estelí en el II Semestre 2020<sup>1</sup>**

Autores:

- Ariel de Jesús Talavera Melgara<sup>2</sup>
- Ada Rebeca Pozo Buezo<sup>3</sup>
- Denia Marina Casco Morales<sup>4</sup>

**Docente:** MSc. Arelis Esmeralda Moreno López<sup>5</sup>

### **Resumen**

Esta investigación se ha escrito siguiendo las líneas de investigación de la carrera de Administración turística y Hotelera. Línea de Investigación: N°1: Gestión, Planificación, desarrollo del turismo. Tema: Desarrollo del turismo. Sub tema: Desarrollo de nuevos productos y servicios, Esta investigación es de enfoque cuali-cuanti ya que se analizan datos e información a partir de entrevistas y observación.

Así mismo este documento está elaborado con el objetivo de proponer el diseño de la tour operadora “Grace Tours Nicaragua” en la ciudad de Estelí en el II semestre 2020. y presentar a través del resultado de la aplicación de instrumentos, la aceptación que esta tour operadora tendrá, ya que será la primer tour operadora en dirigir paquetes turísticos personalizados, con enfoque en el crecimiento espiritual y personal, para un nicho de mercado potencialmente identificado: la población cristiana evangélica de la ciudad de Estelí.

---

<sup>1</sup> Este Artículo está basado en la Investigación titulada Diseño de la Tour Operadora “Grace Tour Nicaragua” en la ciudad de Estelí, en el segundo semestre del 2020. Para optar al título de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera por la UNAN-Managua, FAREM-Estelí.

<sup>2</sup> UNAN-Managua, FAREM-Estelí. Correo electrónico: arieldejesustalavera@gmail.com

<sup>3</sup> UNAN-Managua, FAREM-Estelí. Correo electrónico: pozobuezorebeca@gmail.com

<sup>4</sup> UNAN-Managua, FAREM-Estelí. Correo electrónico: deniacasco3@gmail.com

<sup>5</sup> Docente titular de UNAN-Managua en FAREM-Estelí Master en dirección y consultoría Turística en la Universidad de Miguel de Cervantes España .Correo electrónico: aremorelo1507@yahoo.es

Se demuestra que este sector de la población no es priorizado en el ámbito turístico, específicamente en tours y viajes, ya que no existe una tour operadora que oferte paquetes turísticos, de acuerdo a su cultura de vida, basada en su religión. En este sector de la población existe una cultura de viaje y fuerte poder adquisitivo, ya que constantemente realizan viajes turísticos organizados con sus iglesias o de carácter familiar.

Finalmente se logra evidenciar que la tour operadora Grace tours Nicaragua, la cual ofertara paquetes turísticos con enfoque espiritual, dirigidos a la población cristiana evangélica de la ciudad de Estelí, será factible por su aceptación en este mercado, ya que traerá respuesta a las necesidades de esparcimiento y recreación turística según la demanda de este sector de la población.

**Palabras claves:** *tour operadora, paquete turístico, nicho de mercado, población cristiana evangélica.*

## **Abstract**

This research has been written following the Research lines of The Tourism and Hospitality Administration Major. Research Line Number 1: Management, Planning, Tourism Development. Theme: Tourism Development, Subtheme: New products and services development. This approach of this Research is Quali-quantitative because data and Information are analyzed from Interview and observation.

Likewise the purpose of this document is to propose the design of the Tour Operator “Grace Tours Nicaragua” in Estelí City in the second Semester 2020 and present to the result of the Instruments Application the acceptance that this Tour operator will Have because it will be the first tour operator in directing personalized tour packages focused on Spiritual and Personal Growth for a market niche potentially identified: Evangelical Population in Estelí City.

It is demonstrated that this population sector is not prioritized in the Tourism Field specifically in Tours and trips because there is not a tour Operator which offers tour packages according to their culture of life focused on their Religion. In this population sector there is a travel culture and strong purchasing power because they constantly make tourist trips organized with their churches or familiar trips.

Finally, it’s obvious that the Tour Operator “Grace Tours Nicaragua” Which will offer tour packages focused on Spiritual growth addressed to the Christian Evangelical population in Estelí City, it will be feasible for its acceptance in this market, because it will bring an answer to leisure and tour recreation needs according to the demand of this sector of the population.

***Key Words: Tour Operator, Tour package, market niche, evangelical Christian population.***

## **Introducción**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) las operadoras turísticas tienen un gran desempeño en el desarrollo del turismo, lo que conlleva al desarrollo económico de los países. Las operadoras turísticas son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda que mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y promoción del turismo. (Sancho, 1998)

Según Taleb Rifai, secretario general de la OMT “El turismo es un derecho y que el acceso de todos los ciudadanos debe estar garantizado; en este contexto, el papel de las empresas es fundamental para poder avanzar en facilitar la accesibilidad, pues no sería posible avanzar si los operadores turísticos no crean infraestructuras, productos y servicios adecuados”.

La investigación que se presenta, se acoge con la finalidad de proponer el diseño, de la Tour Operadora Grace Tours Nicaragua en la ciudad de Estelí, en el segundo semestre 2020. Cuyo fin es operar como tours operadora especializada al diseñar y ofertar paquetes turísticos enfocados en el crecimiento personal y espiritual del sector cristiano evangélico de la ciudad de Estelí. De este modo todo el planteamiento y desarrollo de esta investigación se fundamenta en la siguiente interrogante. ¿Será factible la creación de la Tour Operadora Grace Tour Nicaragua, dirigida a la población cristiana evangélica de la ciudad de Estelí, como un mercado meta?

En el caso que ocupa, cabe destacar un estudio realizado con el fin de responder a la interrogante antes mencionada, que procede de la formación profesional adquirida en el ámbito turístico, donde se presenta un análisis a profundidad sobre la aceptación que esta empresa tendría partiendo de los resultados e información obtenida mediante la aplicación de instrumentos como: entrevistas y encuestas, para conocer las necesidades y demandas de servicios turísticos de la población cristiana evangélica de la ciudad de Estelí y su nivel de satisfacción con la oferta turística actual.

Para el desarrollo de esta investigación, se compiló información a través de la búsqueda de investigaciones referentes a la creación de operadoras turísticas, en la biblioteca Urania Zelaya de la Facultad Multidisciplinaria, FAREM-Estelí y a través de su sistema bibliotecario digital. Y en internet se realizó una búsqueda de estudios a nivel internacional, referentes a la creación de tours operadoras. Donde se obtuvieron los siguientes resultados.

A nivel internacional: Se indago una tesis para obtener el título de Ingeniería en Ecoturismo, presentada por: María Silvana Vargas Rojas. Titulada: Implementación de una operadora de Turismo y Agencia de Viajes en Puerto Ayora, Cantón Santa Cruz, Provincia de Galápagos. Objetivos General: realizar la implementación de una operadora de turismo y agencia de viajes en Puerto Ayora, Cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos.

A nivel nacional: Se consultó una tesis de Licenciatura en turismo sostenible, la presenta Jessica Massiel Ortiz Zelaya y Katherine Suyen Valle Martínez (2019) Titulada: Sistematización de la experiencia de la tour operadora Tastefully en la aplicación del plan de sostenibilidad, durante el año 2017-2018. Objetivo general: Analizar la experiencia de la tour operadora Tastefully Nicaragua en la aplicación del enfoque de sostenibilidad, en Matagalpa, durante el periodo. 2017-2018.

A nivel local: Se consultó una Tesis, presentada por Andino Montenegro Nineth Guadalupe y Ramirez Rodríguez Helen Judith, para optar al grado de Licenciado en Economía con el Tema “Efectos del Turismo en el crecimiento económico de la ciudad de Estelí”, durante el segundo semestre del año 2019. Objetivo: Determinar el efecto del turismo en el crecimiento económico del municipio de Estelí, durante el segundo semestre.

Objetivo General: Diseñar una tour operadora que brinde servicios turísticos enfocados en la población Cristiana Evangélica de la ciudad de Estelí en el II Semestre de 2020.

Nicaragua es un país multicultural y la cultura también encierra dentro de ella, formas de vida, tradiciones autóctonas, ritos y aspectos muy importantes como la religión. Este último aspecto es complejo ya que la religión cambia o ejerce influencia en la cultura.

Dentro de las religiones en Nicaragua podemos mencionar los grupos cristianos evangélicos, según la Corporación Latinobarómetro<sup>6</sup> donde exponen que para el 2013 un 37% de la población nicaragüense es evangélica y un 47% se denomina católico, actualmente según M&R Consultores, en su más reciente encuesta presentada el 07 de Mayo del 2020, “Nicaragüenses Creencias y Prácticas Religiosas” Muestran que un 56.8% de la población se denomina evangélico y un 42.9 católico (M&R Consultores, 2020).

La cultura de vida de este sector de la población es completamente modificada por su religión, al no permitirse visitar lugares que, según sus creencias no edifican su relación con Dios y su crecimiento personal.

En la actualidad en la ciudad de Estelí, no existe una tour operadora especializada en algún mercado específico y mucho menos en este segmento de mercado, de igual forma no existe la oferta de paquetes turísticos especializados para este sector de la población como un mercado meta, es por ello que los cristianos evangélicos en su mayoría organizan viajes a sitios turísticos de Nicaragua, con el fin de vivir experiencias de carácter espiritual y disfrutar de sitios turísticos con personas de su misma iglesia, pero estos viajes son organizados y dirigidos de forma improvisada por sus líderes y pastores sin conocimiento alguno sobre el turismo u organización de viajes con enfoque turístico, lo que no permite que los usuarios tengan una experiencia turística completa y por ende no hay un consumo óptimo de la oferta de productos y servicios turísticos en los destinos visitados.

Según Taleb Rifai, secretario general de la OMT<sup>7</sup> “El turismo es un derecho y que el acceso de todos los ciudadanos debe estar garantizado; en este contexto, el papel de las empresas es fundamental para poder avanzar en facilitar la accesibilidad, pues no sería posible avanzar si los operadores turísticos no crean infraestructuras, productos y servicios adecuados”.

---

<sup>6</sup> Corporación Latinobarómetro 1995-2010: las religiones en tiempos del Papa Francisco, Santiago de Chile, 16 de Abril 2014.

<sup>7</sup> El Turismo accesible un derecho y una oportunidad de negocio | OMT: [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

Se presenta un estudio minucioso a través de análisis, observación, aplicación de encuestas, entrevistas y el estudio de teorías relacionadas al tema de investigación, de esta manera a través del diagnóstico de los resultados, se propone el diseño de una Tour Operadora especializada que oferte paquetes turísticos con enfoque al crecimiento personal y espiritual de la población cristiana evangélica de la ciudad de Estelí “a mayor conocimiento de los segmentos, mayor será la posibilidad de satisfacer sus necesidades” (Perez Romero, 2004).

En este documento planteamos el diseño de la tour operadora Grace Tours Nicaragua, como una tour operadora con paquetes turísticos especializados para la población cristiana evangélica de la ciudad de Estelí, el cual será nuestro mercado meta. Será una tour operadora especializada tal y como se clasifica en el manual de Servicios de Reservas y Viajes del INTUR<sup>8</sup> (INTUR, 2013)

Esta empresa operara bajo la nueva iniciativa de la Organización Mundial del Turismo, plasmada en el Manual Sobre Turismo Accesible para Todos<sup>9</sup> en el capítulo 2, en el cual también se promueve la investigación de los consumidores y su comportamiento y el estado de accesibilidad de la oferta turística para los distintos sectores de la población y específicamente en el Manual sobre Turismo Accesible para Todos, Modulo II <sup>10</sup> donde se promueve a las agencias de viajes y operadoras turísticas esta nueva modalidad de crear oferta especializada para los diferentes sectores de la sociedad con el fin de crear turismo accesible para todos.

El estudio de la factibilidad económica que tendría la tour Operadora “Grace Tours Nicaragua “en la ciudad de Estelí, es de gran importancia para nosotros ya que además de fortalecer conocimientos y aplicar habilidades adquiridas en el transcurso de la carrera, nos da la pauta para emprender un negocio y generar ganancias. Además, la creación de una nueva empresa que provea productos y servicios turísticos a un sector de la población

---

<sup>8</sup> Manual servicios de y Reservas y Viajes/ Agencias de viajes y Operadoras de Turismo. [www.intur.gob.ni](http://www.intur.gob.ni)

<sup>9</sup> <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416561>

<sup>10</sup> <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416509>

evidentemente desatendido y desaprovechado será de gran aporte al movimiento y desarrollo del turismo local y nacional, tomando en cuenta también las ciencias aplicadas para la selección de mercado meta, al cual podemos dirigir nuestros servicios con el fin de lograr mayor satisfacción y aceptación por parte del mercado.

Para el desarrollo de esta investigación nos encontramos con algunas limitaciones, una de ellas la crisis de salud provocada por el Covid-19, por la cual muchas iglesias cristianas evangélicas, suspendieron actividades presenciales y se reunían a través de plataformas digitales, por lo cual fue más lento el proceso de aplicación de instrumentos, sin embargo con el uso de plataformas digitales y la nueva modalidad en ese contexto, se llevó a cabo y finalizó exitosamente la investigación.

## **Materiales y métodos**

Se estudia la aceptación que tendría el diseño de la tour operadora, mediante el tipo de estudio, Según Sampieri, en su libro Metodología de la investigación, cuarta edición afirma que: “El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. (Sampieri & et. al, 2014)

Por esta razón, se establece que esta investigación es de enfoque mixto, ya que se realizaron instrumentos que proporcionaron datos de ambos enfoques tales como: entrevistas y encuestas y revisión de documentación sobre el campo de estudio.

Se aplicaron encuestas a personas de las iglesias cristianas evangélicas seleccionadas como muestra, para recolectar información sobre necesidades, deseos y problemáticas en aspectos de turismo y recreación, se realizó entrevistas a líderes y pastores para obtener información sobre los métodos y dificultades presentadas al momento de organizar un viaje. La investigación es de corte transversal por que se evaluó solo un periodo establecido en el 2020.

Nuestro universo o población fueron las 13 iglesias cristianas evangélicas de la ciudad de Estelí. La selección de nuestra muestra es no probabilístico ya que la elección no depende de probabilidades sino de causas relacionadas con las características de la investigación y o los propósitos de investigador. (Sampieri & et. al, 2014)

Es decir estas 13 Iglesias cristianas evangélicas de Estelí, se seleccionaron según nuestro criterio las más influyentes de la ciudad y de las cuales sus líderes y pastores podrían darnos la información necesaria para darle salida a nuestros objetivos.

## **Resultados y discusión**

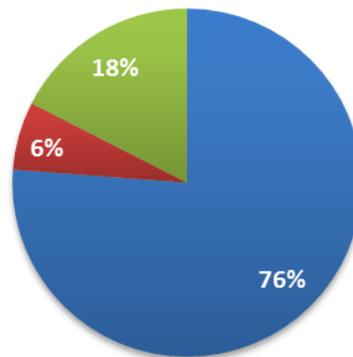
Por consiguiente, los resultados de la investigación basados en la interrogante ¿Será factible la creación de la Tour Operadora Grace Tour Nicaragua, dirigida a la población cristiana evangélica de la ciudad de Estelí, como un mercado meta? Partiendo de la teoría consultada y estudiada se ha seleccionado correctamente este segmento de la población al cual lo convertiremos en nuestro mercado meta. luego con la información brindada por las personas encuestadas y entrevistadas logramos identificar las necesidades y demandas al momento de realizar un viaje, de igual manera los parámetros y reglas expuestas hacia los usuarios al momento de un viaje, también pudimos identificar el ambiente que prefieren según su cultura cristiana, además de datos interesantes como los servicios extras o Bonus en un viaje, en este caso incluir actividades de carácter espiritual, para provocar en los usuarios no solo una experiencia turística sino espiritual, se obtuvieron datos económicos sobre presupuesto de viaje por persona.

**En relación a lo antes mencionado, se presentan una serie de gráficos donde se demuestran los resultados obtenidos por los instrumentos aplicados.**

**Objetivo N°1: Identificar las necesidades de Esparcimiento y Recreación de la población Cristiana Evangélica.**

### ¿Realiza actividades de recreación y esparcimiento?

■ Si ■ No ■ Casi nunca

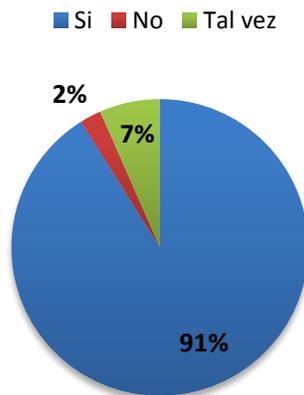


Para lograr identificar las necesidades de esparcimiento y recreación de la población evangélica de la ciudad de Estelí, a quienes pretendemos dirigir los paquetes turísticos de Grace Tours Nicaragua. Para esta razón se aplicó la siguiente interrogante y su resultado mostrado en la siguiente gráfica, donde se observa que el 78% de los encuestados practican actividades de recreación y esparcimiento, pero un 6% nunca lo practica y por otro lado un 18% que dice casi nunca practicar o ser parte de actividades de recreación y esparcimiento.

Por lo que el 78% de la población está familiarizado con la recreación y actividades de esparcimiento, sin embargo la propuesta de Grace Tours Nicaragua, está enfocada en ofertar paquetes turísticos que contribuyan a desarrollo personal y espiritual del mercado meta. Para esto plantemos el uso de técnicas de promoción y marketing para mostrar un producto diferenciado a este porcentaje de la población que esta familiarizados con las actividades de recreación y esparcimiento.

¿Considera que salir a un viaje turístico con su iglesia permite tener una relación más cercana con ellos?

¿Considera que salir a un viaje turístico con su iglesia permite tener una relación mas cercana con ellos?



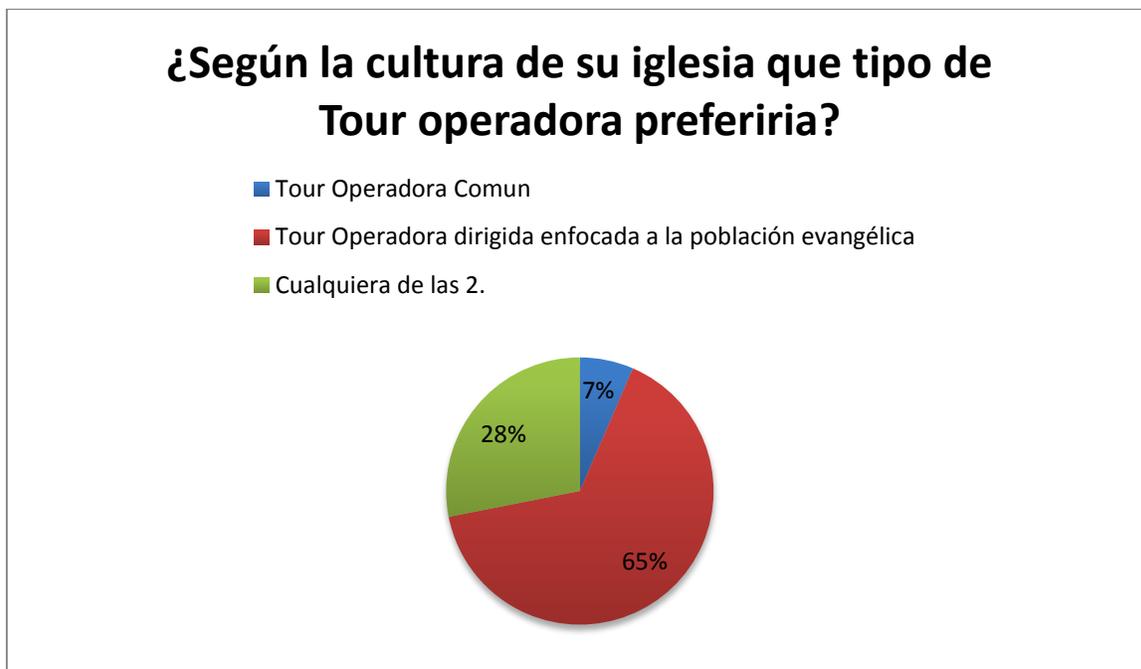
En los gráficos anteriores se muestra el gran interés de la población evangélica por los viajes turísticos al considerar que estos los harían sentirse más a gusto en sus iglesias, pero para sumarle a ese análisis esta grafica donde un 91% de los encuestados opina que no solo se sentirían bien consigo mismo en la iglesia al realizar viajes turísticos sino que además, esto contribuiría a desarrollar y mantener una relación más cercana con sus hermanos. Normalmente dentro de las iglesias, las personas interactúan poco tiempo con otras personas de sus iglesias, debido a la programación de actividades que se realizan en un servicio o culto, donde las actividades están centradas en la adoración a Dios y el escuchar la predicación o sermón del pastor.

Por lo que todos están atentos a estos momentos, luego al finalizar la actividad, todas las personas simplemente se despiden y se vuelven a ver hasta la siguiente actividad. Esto sucede en su mayoría. Es por esta razón que en un viaje turístico estas personas podrán fortalecer

lasos fraternales con sus hermanos de la iglesia. Al mismo que viven una experiencia espiritual de una forma más relajada, en ambientes distintos y de gran atracción.

Tal y como menciona el pastor Ángel Gabriel Quintero *En nuestro ministerio nos miramos como una familia y nos gusta compartir y recrearnos para fortalecer y mantener saludables esta gran familia, y así cada familia en cada hogar, así que organizamos viajes a la playa y diferentes lugares turísticos para contemplar la grandeza y belleza que nuestro padre nos ha dado. (Ángel Gabriel Quintero, Pastor General de Ministerio de Fuego Nicaragua, fundador y Presidente de la Fundación Apostólica y profética Águilas en Conquista. Octubre.2020)*

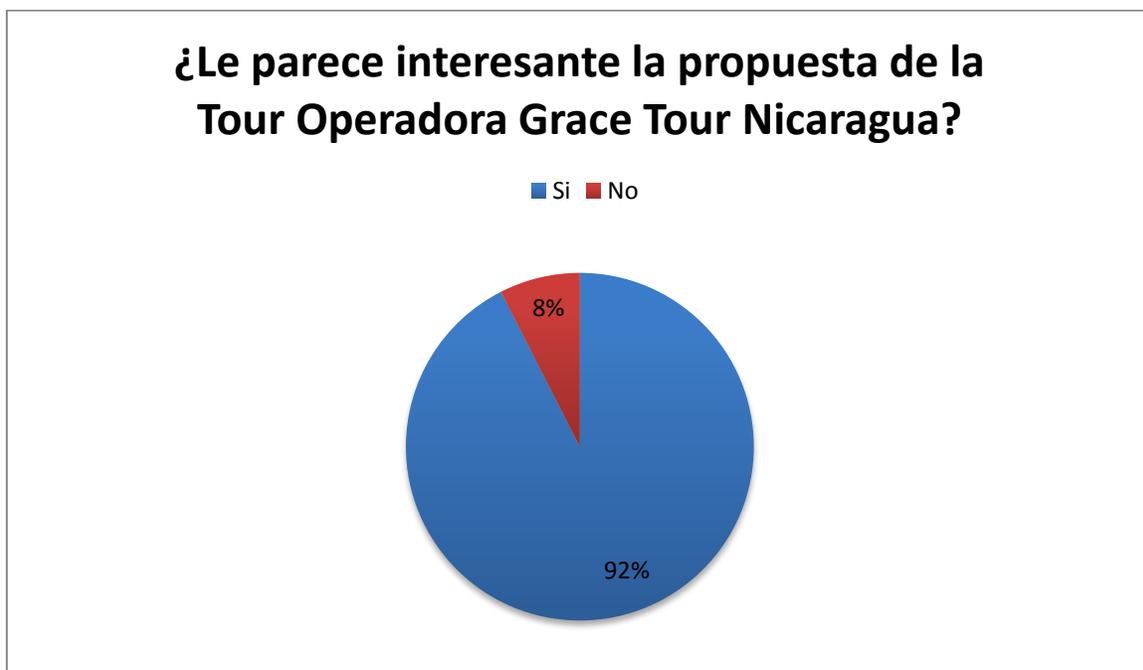
**Objetivo N° 2: Analizar la aceptación que tendría la tour operadora “Grace Tour Nicaragua” enfocada en la Población Cristiana Evangélica.**



En el grafico anterior mencionábamos las dos razones por las que los cristianos evangélicos, no han practicado turismo con sus iglesias, una es porque estas no les ofertan paquetes o servicios turísticos y otra razón es la desconexión entre la empresa y los lideres por a falta de

identidad con su cultura y estilo de vida. En este grafico se refleja la pregunta sobre qué tipo de tour operadora elegirían, si una con servicios dirigidos únicamente al sector cristiano o si una tour operadora de servicio común o abierto, o si ambas, esto con el fin de medir la posible competencia y diseñar estrategias de posicionamiento y fidelizar a los futuros usuarios.

Obteniendo como resultado que un 7% elegiría una tour operadora común, un 28% cualquiera de las dos tour operadoras, pero un 65% de los encuestados prefieren una tour operadora cuyos servicios estén dirigidos y especializados para el sector cristiano evangélico de la ciudad. Por esta razón es notaria la aceptación que la tour operadora Grace Tours Nicaragua tendría. Cabe señalar que debemos diseñar estrategias de posicionamiento en este mercado, a través de la diferenciación de producto, el diseño de productos exclusivos para este mercado, la innovación y lograr crear en este mercado meta seleccionado un sentimiento de pertenencia. Es decir lograr que vean a Grace Tour Nicaragua ante la competencia como la única tour operadora que se logra conectar con su fe, cultura, necesidades y deseos.



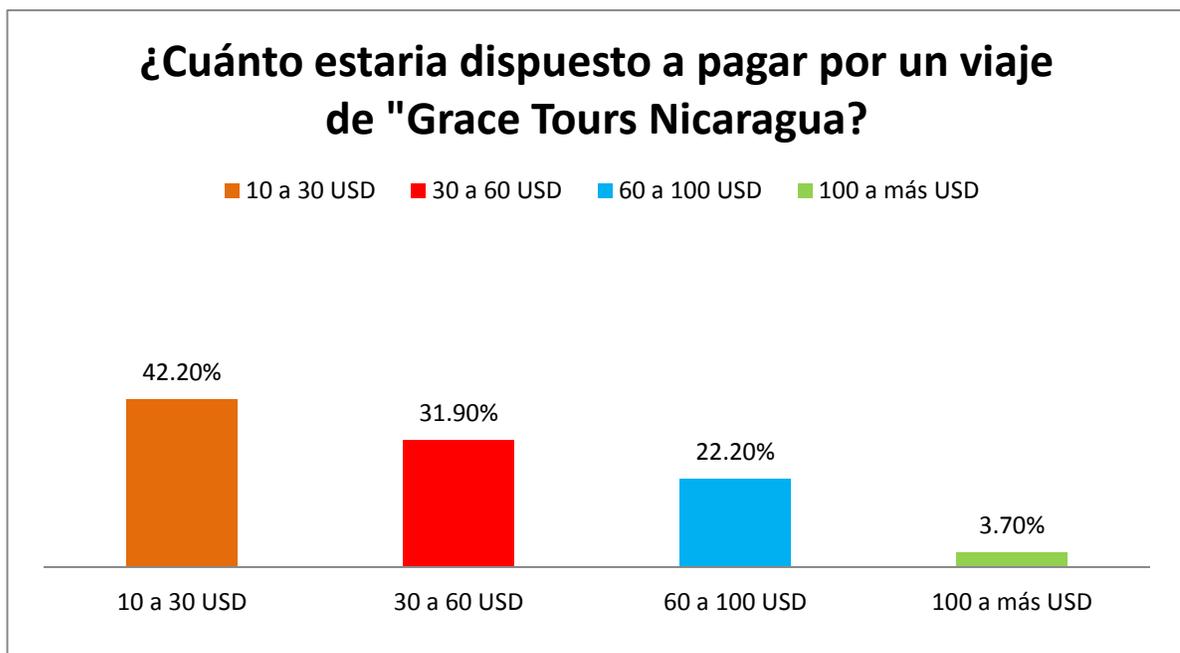
Se presenta la información del gráfico anterior, con el fin de reforzar las opiniones anteriores de los encuestados, donde se plantea la interrogante que si les parece interesantes la propuesta de la Tour Operadora Grace Tours Nicaragua, esto con el fin de alcanzar los propósitos de nuestra investigación y nuestro objetivo de emprender, pero emprender sobre bases firmes por lo tanto, en esta grafica se muestra que hay un profundo interés por parte de las personas de las iglesias en la tour operadora que proponemos, esto lo demuestra el 92% de los encuestados.

Tal y como dice respecto a nuestra propuesta Odalis Hernández líder de iglesia Vástago una de las iglesias más influyentes de la ciudad.: *Grace Tours me parece una excelente idea que beneficiara a muchas congregaciones y puede hacer incluso un cambio en la perspectiva de unión como iglesias. (Odalis Hernández, Líder de Alabanza y de jóvenes de iglesia Vástago, octubre, 2020)* Grace Tours es una idea de cambio y beneficios no solo económicos si no sociales en este ámbito, también cabe señalar la opinión del pastor Ángel Gabriel Quintero quien expresa lo siguiente respecto a Grace Tours *me parece una idea excelente porque ya sería una opción para elegir un buen servicio, que nos lleve y nos traiga de regreso sin ningún problema, no habría que estar pensando que si los conductores de buses que uno contrata para un viaje organizado por nosotros van a ir o no, o que te cancelen a la hora llegada, como nos ha sucedido con algunos transportistas, mientras que si es una empresa responsable sabemos que podemos reservar y no habría que estar estresado.*

Jackeline Salgado Peña, una de las pastoras más representativas, esposa del Vicepresidente Nacional de la iglesia Cuadrangular en Nicaragua. Opina lo siguiente *la propuesta de esta tour operadora es una gran idea, ya que será de mucho apoyo a las iglesias, por que ofrecerán paquetes turísticos donde además de recrearse físicamente también promueven la recreación y crecimiento espiritual. Esta iniciativa dará el beneficio de garantizar un excelente desarrollo en las actividades que como iglesias queremos organizar. (Jackeline Salgado Peña, pastora y esposa del vicepresidente Nacional de la iglesia Cuadrangular Nicaragua, Octubre.2020)*

Con el resultado de estos gráficos y las opiniones de los pastores y líderes entrevistados, la propuesta de esta tour operadora es completamente atractiva, desde el punto de vista de los encuestados, por lo que nuestra propuesta es completamente agradable y hay un mercado expectante sobre el inicio de operaciones de esta tour operadora, tomando en cuenta cada detalle obtenido de la investigación, para crear esta empresa de tal forma de satisfaga completamente la demanda de este sector de la población, garantizando factibilidad económica para los propietarios y estabilidad de servicios y calidad personalizada a los clientes.

### Inversión estimada



Un punto muy importante para el diseño de los paquetes turísticos que se pretenden presentar, es el aspecto económico para identificar, no solo los aspectos emocionales o culturales, sino también el aspecto del poder adquisitivo, ya que este punto es clave para generar ganancias y que la tour operadora sea rentable económicamente. Para medir este aspecto se aplicó esta pregunta de selección múltiple donde el participante elegía el precio que más le convendría o que está a su alcance económico.

Un 42.20% de la población encuestada revela tener acceso económico a paquetes de 10 USD a 30 USD por lo tanto estos paquetes deben ser diseñados hacia sitios turísticos no costosos, no lejanos de la ciudad y de un día solamente, enfocados en jóvenes más que todo, con el fin de lograr satisfacer esta demanda y generar ganancias a la tour operadora, en segundo lugar con 31.90% de personas, elegirían paquetes de entre 30 a 60 Dólares, en estos paquetes se pueden incluir viajes turísticos a otras ciudades con entrada a lugares no costos y no más de un día, ya que normalmente los hoteles tienen un costo aproximado de 30 dólares, por lo que este tour con este presupuesto debe ser no más de un día.

El 22.20% de la población encuestada tienen acceso a viajes de 60 a 100 dólares, estos tours pueden estar dirigidos a matrimonios y personas que quieran experiencias más de una noche, entrada a sitios históricos de interés. Por ultimo solo un 3.70% de los encuestados, puede pagar un viaje por más de \$100 , Por lo tanto de este precio proponemos viajes de oferta abierta para matrimonios de las iglesias a algunos resort del país, en donde nosotros diseñemos todas las actividades, y donde puedan asistir matrimonios cristianos u otros matrimonios interesados en este paquete.

## **Conclusiones**

Para finalizar demostramos que los resultados arrojaron información sobre las necesidades de recreación y esparcimiento, la satisfacción con la rutina de sus iglesias, información sobre actividades que practican como iglesia, si existe alguna empresa que les ofrezca paquetes turísticos dirigidos hacia ellos como iglesias, aspectos como si estarían más a gusto en sus iglesias al realizar viajes turísticos o si un viaje turístico contribuiría al desarrollo de las relaciones interpersonales en sus iglesias.

Se logró identificar las necesidades de esparcimiento y recreación de la población cristiana evangélica de la ciudad de Estelí y de esta manera se logró diseñar paquetes turísticos de acuerdo a la demanda de este mercado meta.

Se demostró la aceptación que tendrá la tour operadora Grace Tours Nicaragua, dirigida a la población cristiana evangélica de la ciudad de Estelí, ya que no hay en la ciudad una tour operadora que oferte paquetes turísticos especializados para las iglesias.

Como último resultado presentamos la propuesta de paquetes turísticos accesibles que generen ganancia a nuestra iniciativa pero que además sean atractivos y diferenciados para lograr posicionarnos en este mercado.

A través de las estrategias de marketing turístico logramos diseñar paquetes de acuerdo a la demanda que consiste en paquetes turísticos para matrimonios, paquetes turísticos para jóvenes y paquetes turísticos para líderes. Diseñados para crear una experiencia turística enfocada en el desarrollo personal y crecimiento espiritual de los usuarios.

Estrategia para operar de acuerdo al COVID-19, nuestra estrategia está basada en las reglas sanitarias internas del país, además de tomar en cuenta las sugerencias de los usuarios y las normas de higiene y seguridad diseñadas por la tour operadora para asegurar el bienestar de los turistas.

## **Bibliografía**

- INTUR. (2013). Agencias de Viajes y Operadoras de Turismo/ definiciones y Terminología. *Manual de Reservas y Viajes* , 10-11.
- M&R Consultores. (2020). *Nicaragüenses Creencias y Practicas Religiosas 2da Ola*. Managua.
- Perez Romero, L. A. (2004). Marketing Social, Teoria y practica. En L. A. Perez Romero, *Marketing Social, Teoria y practica* (pág. 194). Mexico: Pearson Educacion.
- Sampieri, R. H., & et. al. (2014). *Metodologia de la Investigacion Sexta edición*. Mexico D.F: McGraw-Hill.
- Sancho, A. (1998). Unidad 2: Turismo: concepto y definiciones. En A. Sancho, *Introducción al Turismo* (págs. 55-56). Madrid-España: World Tourism Organization (UNWTO).

**Diseño de la tour Operadora “Grace Tours Nicaragua” en la ciudad de Estelí en el II Semestre 2020**

**V Administración Turística Y Hotelera**

**Ciencias Económicas**

---