



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

**Departamento de Francés**

**Facultad de Educación e Idiomas**

**Carrera Turismo Sostenible**

**Seminario de Graduación para optar al Título de Licenciatura en Turismo  
Sostenible.**

**Tema:** Emprendimiento y Turismo creativo en Nicaragua.

**Subtema:** Propuesta de emprendimiento de una Operadora de Viajes Online  
**NICARIBBEAN CULTURAL TOURS** especializada en Turismo Creativo agosto 2022-  
noviembre 2022.

**Autoras:**

- Bra. Heyling Medelin Gutiérrez Leiva. **Carné:** 17013519
- Bra. Mariluz Fernández Martínez. **Carné:** 17017435

**Tutor:**

MSc. Mario Hernández.

**Noviembre 29 2022**

## *Agradecimientos.*

*Agradezco infinitamente a Dios, por darme la bendición, fortaleza, sabiduría, salud y su amor incondicional para luchar día a día, cumplir mis objetivos y poder llegar hasta este momento tan importante en mi formación.*

*A mis padres **Urania Martínez Hernández** y **Hosmary Fernández Aguilar** por sus consejos, valores, motivación, amor y apoyo incondicional cada día, que me han permitido ser una persona de bien y perseverante, así como a mis hermanos, que de alguna u otra forma han estado brindándome el entusiasmo para avanzar en esta hermosa responsabilidad, a mi compañera de tesis **Heyling Gutiérrez**, con quien he compartido los difíciles momentos que esto implica y, aquellas personas que de forma directa o indirecta fueron parte de este largo y bonito proceso.*

*A la universidad y a todos los profesores que fueron parte de mi formación y que gracias a su enseñanza y paciencia es posible alcanzar esta meta, en especial a mi tutor MSc. **Mario Hernández** por su paciencia, amor por enseñar y guiarnos en todo momento.*

*Maríluz Fernández Martínez*

## *Agradecimientos.*

*Agradezco infinitamente a Dios por su amor incondicional y misericordia para conmigo, por darme salud y sabiduría, por darme las fuerzas para cumplir cada objetivo que me he propuesto y por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi vida.*

*A mis padres **Mayra Leiva Arauz y Ramón Gutiérrez Munguía** por ser un pilar fundamental en mi vida, por su apoyo, consejos, motivación y su amor incondicional día con día, los cuales me han hecho hasta el día de hoy una persona de bien y persistente, a mi hermana **Keyling**, la cual ha estado siempre apoyándome de manera directa e indirecta en cada uno de los logros que he tenido en mi vida.*

*A mi compañera **Maríluz Fernández**, con quien he compartido la elaboración de este trabajo, la cual me ha apoyado y ha sido parte de mi formación durante los años de la carrera. A mi familia en general y a todas aquellas personas cercanas a mí que han sido parte de este largo y bonito transcurso de mi vida.*

*A nuestra Alma Mater Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN Managua, por ser nuestro segundo hogar por 5 años, un lugar donde quedan todas nuestras alegrías, tristezas, y todas las emociones que vivimos durante la carrera. También agradezco de manera especial a nuestro tutor **Msc. Mario Hernández** por su paciencia, dedicación y apoyo en todo el proceso de realización de este trabajo y por cada una de las enseñanzas que nos brindó, gracias a todos por ser parte de mi formación profesional.*

***Heyling Medelín Gutiérrez Leiva***



## **Resumen ejecutivo:**

En el presente documento se presenta una idea de emprendimiento de turismo creativo nombrado NICARIBBEAN CULTURAL TOURS, que representa la idea innovadora de una operadora de viajes especializada en turismo creativo y que tiene como objetivo promover la actividad turística en la Región de la Costa Caribe Norte, es un trabajo que se ha realizado para optar al título académico de Licenciatura en Turismo Sostenible.

Con esta operadora se pretende promocionar el turismo de la Costa Caribe Norte (RACCN), especialmente en el triángulo minero con el fin de diversificar su economía, promover la cultura, historia, tradiciones y costumbres del sitio y el aprovechamiento de los recursos existentes en el sitio.

Esta iniciativa representa la idea de estructuración de una operadora enfocada en la promoción de la cultura caribeña. Está conformada por los Objetivos; el desarrollo donde se explica con detalles la idea del emprendimiento, la propuesta de valor y el modelo de negocio con su mecanismo de visualización.

Cuenta con la Matriz de recursos, capacidades humanas, el presupuesto y las acciones de marketing a ejecutar por vía online, además de las conclusiones, bibliografía y sus anexos.

# ÍNDICE

<b>I.</b>	<b>Introducción</b> .....	1
<b>II.</b>	<b>Justificación</b> .....	4
<b>III.</b>	<b>Objetivos:</b> .....	6
	<b>Objetivo General:</b> .....	6
	<b>Objetivos Específicos:</b> .....	6
<b>IV.</b>	<b>Desarrollo del subtema</b> .....	7
	<b>4.1. Definición de la idea de emprendimiento</b> .....	7
	<b>4.1.1. Propuesta de valor</b> .....	9
	<b>4.2. Modelo de negocio</b> .....	10
	<b>4.2.1. Mecanismo de visualización</b> .....	10
	<b>4.2.2. Herramienta CANVA</b> .....	10
	<b>4.3 Matriz de recursos, capacidades humanas y presupuesto para el emprendimiento planteado.</b> .....	13
	<b>4.3.1. Matriz de recursos</b> .....	13
	<b>4.3.2 Matriz de capacidades humanas</b> .....	14
	<b>4.3.3 Matriz de Costos</b> .....	19
	<b>4.4 Acciones de marketing para el tour operador online especializada en turismo creativo.</b> .....	22
<b>V.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	26
<b>VI.</b>	<b>Bibliografía</b> .....	26
<b>VII.</b>	<b>Anexos</b> .....	26

**Propuesta de emprendimiento de una  
Operadora de Viajes Online especializada  
en Turismo Creativo agosto 2022-  
noviembre 2022.**





## **I. Introducción**

Desde el año 2015, en el entorno de la UNESCO se comienza a abordar el tema del turismo creativo el cual promueve actividades centradas en la creatividad vinculada a la innovación y a la cultura, donde las comunidades son participes y pueden desarrollar nuevos emprendimientos. Parafraseando a Jordi Tresserras, (experto en gestión del patrimonio cultural y turismo cultural y creativo) este tipo de turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de las comunidades, así como generar oportunidades de empleo, al tiempo que se preserva el patrimonio cultural urbano y se contribuye al desarrollo de la economía creativa.

Complementariamente la OMT, coincidiendo con la UNESCO, en el año 2016, define dos objetivos generales en el ámbito del turismo cultural: que se definen con una visión de responsabilidad, integradores y sostenibles, que contribuyan al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales y mejorando su bienestar, así como también, que aporten al enriquecimiento y a la conservación de la identidad cultural del destino, promoviendo intercambios transculturales entre los visitantes y la comunidad de acogida.

En Nicaragua a partir del año 2021 se ha observado el impulso del turismo creativo y como resultado de esta visión se observa el desarrollo de iniciativas, en algunos departamentos y localidades con vocación turística que son conocidas como “circuitos creativos”, como el caso del municipio de León donde se puede disfrutar de la poesía y el arte en el Centro de Arte Fundación Ortiz Guardián; en el municipio de Masaya con el circuito llamado manos creativas, que promueve las experiencias de muchos artesanos creadores de artesanías con fines turísticos en el barrio Monimbó; en San Juan de Oriente, el circuito denominado Tierra Viva, que es un recorrido ancestral de la cerámica precolombina, lleno de identidad cultural y belleza escénica.



En el triángulo minero de la Costa Caribe Norte, existe una oferta turística limitada por la ausencia de una eficiente gestión del turismo local, y en la actualidad, con este proyecto, se pretende introducir una iniciativa de turismo creativo que puede dar pautas para dinamizar la actividad turística en el sitio, que cuenta con una riqueza cultural e histórica poco conocida y que se caracteriza por ser un entorno multiétnico, con una exquisita gastronomía y una economía vinculada a la explotación minera de oro y que representa un atractivo muy interesante, razón que inspira este proyecto, el que se orienta a la creación de **una Operadora de Viajes online especializada en turismo creativo, (NICARIBBEAN CULTURAL TOURS) agosto 2022 - diciembre 2022, como un emprendimiento de Turismo Creativo.**

Con esta iniciativa se promoverá el turismo etnográfico, dando a conocer las etnias locales, que contribuirá al estudio y preservación de las costumbres culturales de la región Costa Caribe Norte especialmente los municipios de Siuna, Rosita y Bonanza y se estará promoviendo una tipología de turismo industrial para fomentar la observación del trabajo minero, visita de las minas y el procesamiento del oro.

El documento está estructurado en varios acápites entre los más importante, la parte del desarrollo que integra: La creación de un Modelo de Negocio CANVA dividido en 9 segmentos, los cuales permiten analizar el funcionamiento del proyecto; en la matriz de recursos están plasmados cada uno de los elementos materiales necesarios para que la empresa opere como: las instalaciones, los dispositivos tecnológicos, el servicio que se brindara a los clientes y cada uno de los materiales audiovisuales para realizar la publicidad.

De igual forma contiene una matriz de capacidades humanas que permite identificar las habilidades y conocimientos de cada uno de los colaboradores para desempeñar un rol dentro de la empresa para obtener mejores resultados, seguidamente la matriz de presupuesto que permite contar con una visión amplia y estratégica de los recursos económicos para identificar la viabilidad económica de la empresa, finalizando con las



acciones de marketing y las estrategias a impulsar a través de las distintas plataformas con el fin de lograr los objetivos y posicionar a la empresa en el mercado .



## II. Justificación

El presente proyecto se enfoca en promover el turismo creativo para la promoción de la cultura de la Costa Caribe Norte; la creación de paquetes con un enfoque de turismo creativo, que permitan mejorar la oferta turística de esta región y de esta forma fomentar la diversificación de la economía local.

Una vez, puesto en marcha, se prevé que el mismo pueda beneficiar a las comunidades receptoras locales, ya que la iniciativa generará otras fuentes de ingresos directos e indirectos, lo que permitirá sensibilizar a la población acerca del potencial que tiene la actividad turística y su importancia para el desarrollo de las comunidades territoriales.

Se pretende organizar intercambios culturales que permitirán la promoción de la identidad cultural de las distintas etnias locales, y la implementación de un turismo respetuoso con su entorno, dando la oportunidad a las etnias locales, de ser partícipes en la promoción y conocimiento de sus formas de vida y a los visitantes nacionales e internacionales de convivir y desarrollar experiencias y vivencias no tradicionales.

Este emprendimiento creativo, de hacerse una realidad, aportará a los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, generando empleos que contribuirán a la reducción de la pobreza, la generación de trabajos dignos, favoreciendo a otros sectores como: industria, innovación e infraestructura, crecimiento económico inclusivo y sostenible, debido a que se creará un desarrollo equilibrado, sin afectar otros sectores, priorizando el progreso de la región.

En relación al **Plan Nacional de Lucha Contra La Pobreza (PNLCP)**, contribuirá al desarrollo de talentos humanos, al reforzamiento de las condiciones básicas para el desarrollo, consolidación de los bienes y servicios públicos y al desarrollo de la economía creativa, como resultado, se verán reflejadas una serie de estrategias y acciones transformadoras que contribuirán al crecimiento económico de la región, debido a que con la generación de nuevos proyectos se obtiene una mejora de los servicios públicos, infraestructura, desarrollo de nuevas ideas innovadoras, con el fin de ofrecer un servicio



de calidad a los clientes, propiciando el desarrollo de la costa caribe como uno de los enfoques principales del plan nacional de lucha contra la pobreza.



### **III. Objetivos:**

#### **Objetivo General:**

- Construir una propuesta de emprendimiento que genere valor para el mercado nacional e Internacional, ajustándose a las necesidades actuales de turismo creativo.

#### **Objetivos Específicos:**

1. Definir una idea de emprendimiento vinculada al turismo creativo.
2. Aplicar la metodología Canva para la concepción del modelo de negocio.
3. Elaborar una matriz de recursos claves, fuentes de ingresos y estructura de costos del emprendimiento planteado.
4. Diseñar acciones de marketing para el emprendimiento.



## IV. Desarrollo del subtema

En este acápite se abordará aspectos relacionados a la iniciativa donde se expondrán las necesidades y oportunidades del proyecto, se explicará el proceso creativo que se utilizó para obtener una idea final y el proceso de consulta que se hizo para obtener la opinión de los posibles clientes.

### 4.1. Definición de la idea de emprendimiento

Con esta operadora de viajes se pretenden crear ofertas turísticas para la Región Autónoma Costa Caribe Norte especialmente en los municipios de Siuna, Rosita y Bonanza, mejor conocido como el triángulo minero ya que es muy rica en recursos, cultura e historia, sin embargo, no son aprovechados con fines turísticos. Así mismo, rescatar la cultura e historia y promover otro tipo de turismo en Nicaragua como el **turismo etnológico, turismo vivencial, turismo industrial minero**, será de carácter nacional e internacional y estará dirigido a personas que aman la cultura y la naturaleza o están interesados en la minería, a pesar de que desde hace años se vienen desarrollando estrategias de desarrollo turístico, la población no ha estado realmente interesada debido a que no se ha hecho una buena gestión.

El poco interés por parte de las instituciones competentes y el escaso aprovechamiento de los recursos ha limitado el desarrollo de la actividad turística, por lo que surge la necesidad de promoverlo de alguna forma y crear otras fuentes de ingresos para la Región, conservar la identidad cultural y preservar los recursos naturales de la zona.

#### Proceso creativo

El primer paso consistió en la formación del grupo de trabajo, posteriormente se procedió a ubicar el lugar y la problemática que presenta el mismo, para luego ser resuelta mediante soluciones innovadoras y con enfoque sostenible. La idea surge mediante el



poco aprovechamiento de la actividad turística en los municipios de Siuna, Rosita y Bonanza.

Una vez identificado el sitio y la problemática se procede a realizar una lluvia de ideas, tratando de buscar soluciones creativas llegando a 4 ideas las cuales contaban de: creación de una empresa de excursiones, creación de cabañas, tours personalizados y por último museo cultural, sin embargo, estas fueron sometidas a un proceso de escrutinio, optando por la idea de solución de una **Operadora de Viajes Online Especializada en Turismo Creativo. (NICAREBBEAN CULTURAL TOURS)** idea que surgió a partir de la unificación de las ideas de: empresa de excursión y tour especializados.

El último paso de este aspecto, consistió en realizar un proceso de selección para obtener una idea de solución, la cual será una alternativa que promoverá la actividad turística en la Costa Caribe Norte de forma integral, la que se espera, brinde condiciones para un aprovechamiento sostenible y adecuado de los recursos existentes en la zona.





## Proceso de consulta

En el proceso de consulta se llevó a cabo mediante el uso de una herramienta de: Encuesta online, tomando una muestra de 10 usuarios, incluyendo a personas locales. Mediante la herramienta se procedió hacer ciertas preguntas, donde cada una de las personas encuestadas llena el formulario y eligen las respuestas según su criterio, los resultados de esta encuesta se presentan en los anexos.

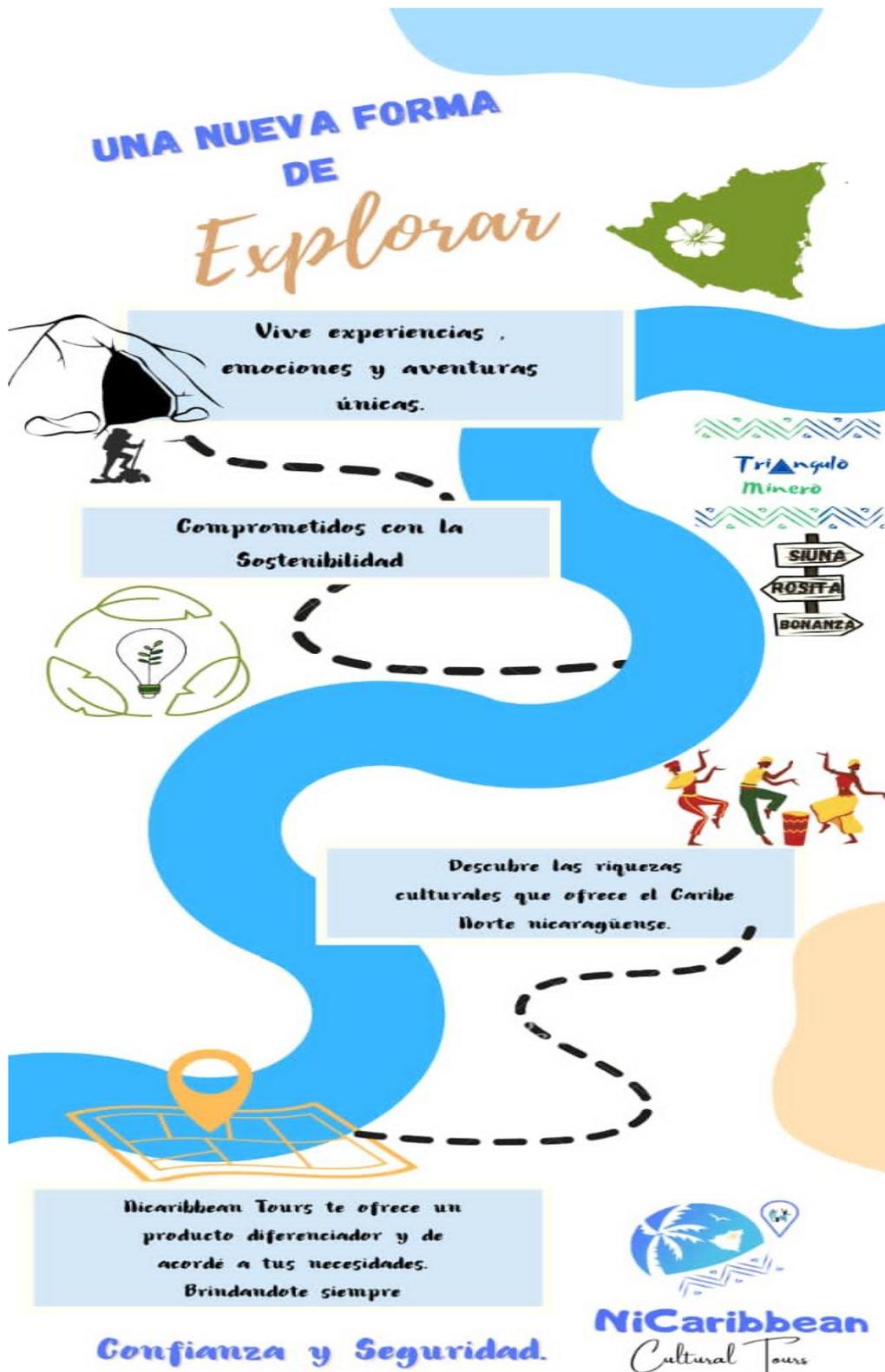
### 4.1.1. Propuesta de valor

Nicaribbean Cultural Tours es una operadora de viajes online que se creó con el fin de diseñar paquetes a la medida del interés y aspiración de los clientes, brindando experiencias auténticas, llenas de emociones y aventuras, facilitando condiciones para que los visitantes descubran el destino, conozcan la cultura de las etnias locales y ser partícipes de ellas, propiciando intercambios culturales que facilitarán el contacto directo con la comunidad, sus lenguas, su gastronomía y también podrán participar de su principal actividad económica como lo es la extracción minera del oro y el proceso de su refinamiento. Esto ayudará a que la población local identifique el valor y aprecio que brindan los turistas a su cultura, sus formas de vidas, sus tradiciones y costumbres, generando lazos que pueden contribuir a formar clientes con un espíritu de lealtad hacia el sitio.





4.2. Modelo de negocio  
4.2.1. Mecanismo de visualización





#### 4.2.2. Herramienta CANVA

Segmento de clientes	Propuesta de valor	Canales
 <ul style="list-style-type: none"><li>• Turistas nacionales e internacionales (estadounidenses, alemanes y franceses) entre las edades de 26 – 50 años.</li><li>• Hombres y mujeres.</li><li>• Con gustos por el turismo vivencial, turismo industrial y turismo etnológico y con deseos de conocer acerca de las diferentes culturas.</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>• Tours especializados en la extracción minera y el proceso de refinamiento del oro.</li><li>• Tours especializados en turismo creativo, turismo vivencial y etnológico.</li><li>• Guías especializados en la materia.</li><li>• Atención bilingüe.</li><li>• Servicios especializados.</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>• Redes sociales (WhatsApp business, Facebook, Instagram y página web).</li><li>• Convenio con hoteles.</li></ul>



### Relación con los clientes



- Asistencia con el cliente pre-venta y post-venta.
- Encuestas de satisfacción de clientes.
- Interactuar frecuentemente por las redes sociales y crear una base de datos para generar relaciones personales.

### Fuentes de ingresos



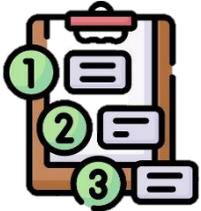
- Medios de pagos: transferencias, tarjetas y efectivo.
- Servicio de guía.
- Venta de paquetes turísticos.

### Recursos claves



- Personal profesional.
- Redes sociales y páginas web.
- Transportes y empresas de A Y B.
- Equipos informáticos.



Actividades claves	Asociaciones y socios claves	Estructura de costos
 <ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollo de la actividad turística en el triángulo minero.</li><li>• Venta de paquetes turísticos.</li><li>• Creación de circuitos turísticos especializados en la región.</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>• Guillermo Ríos – Coordinador de Turismo del Triángulo Minero.</li><li>• Túpac Avilés – Guía turístico.</li><li>• Restaurantes.</li><li>• Empresa HEMCO.</li><li>• Hotel Las Praderas – Siuna.</li><li>• Hotel El Brizant – Siuna.</li><li>• Hotel Terciopelo – Rosita.</li><li>• Hotel New Dawn – Bonanza.</li><li>• Hotel La Posada De Doña Chella – Siuna.</li><li>• Finca Agro turística El Cortes – Siuna.</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>• Costes de marketing online propio.</li><li>• Costes de publicidad.</li><li>• Servicios públicos (agua, luz, teléfono, WI-FI).</li><li>• Pago de oficina.</li><li>• Diseño e impresión de publicidad.</li><li>• Pago de colaboradores.</li><li>• Transporte.</li></ul>



### 4.3 Matriz de recursos, capacidades humanas y presupuesto para el emprendimiento planteado.

#### 4.3.1. Matriz de recursos

Áreas de la empresa	Elementos materiales	Personas	Contexto legal
<b>Área marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Personal capacitado en marketing.</li> <li>Dispositivos tecnológicos.</li> <li>Oficina de trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Espacio de trabajo ambientado y climatizado.</li> <li>Aparatos electrónicos (computadoras, teléfonos, impresoras, fotocopadoras).</li> <li>Establecimiento (oficina).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente de ventas y mercadeo.</li> <li>Diseñador de paquetes turísticos.</li> <li>Ing. Sistema o computación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ley general de publicidad (LGP)</li> <li>Ley orgánica de protección de datos de carácter personal (LOPD)</li> </ul>
<b>Área de atención al cliente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Persona para atención al cliente.</li> <li>Asesoramiento pre-venta y post-venta.</li> <li>Guia turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personal capacitado en atención al cliente.</li> <li>Profesional apto en guiado turístico con conocimiento de dos o más idiomas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención al cliente.</li> <li>Asesor turístico.</li> <li>Guia turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ley No.842 Ley de protección de los Derechos de las personas consumidoras.</li> </ul>
<b>Área de contabilidad</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Personal para contabilidad.</li> <li>Oficina de trabajo con aparatos tecnológicos aptos para contabilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programas para contabilidad como: <b>Sage contabilidad, contabilidad.net o gespymes.</b></li> <li>Procesador <b>CORE I5 o RYZEN R5.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contador.</li> <li>Auxiliar contable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Normas NIIF (Normas Internacionales de información financiera)</li> </ul>



### 4.3.2 Matriz de capacidades humanas



Mariluz Fernández Martínez

(+505) 8829 – 7037

fmariluz293@gmail.com

## Matriz de Capacidades Humanas



#### HABILIDADES PRINCIPALES

- Encargada de atención al cliente.
- Contadora

#### PROCESO QUE LIDERA

- Encargada del área de contabilidad y del servicio de atención al cliente

#### RESPONSABILIDADES PRINCIPALES

- Realizar cada uno de los costes mensuales y anuales de los productos del tour operador.
- Analizar los resultados anuales y mensuales de cada una de las ventas.
- Elaboración de recopilación y análisis de los datos de cada uno de los clientes.

#### FUNCIONES

- Dirigir el área de contabilidad.
- Pagar plantillas mensualmente.
- Servicio personalizado en atención al cliente pre-venta y post-venta

#### ACTIVIDADES PRINCIPALES

- Relaciones con bancos.
- Firma de cheque.
- Seguimiento a cada uno de los clientes.
- Informar acerca de los productos y servicios que ofrece la tour operadora

#### PERSONAS A SU CARGO

- Guillermo Ríos.
- Túpac Avilés

UNA NUEVA FORMA DE *Explorar*



Heyling Gutiérrez Leiva

(+505) 7711 - 1086

heylingleiva15@gmail.co

### HABILIDADES PRINCIPALES

- Directora de marketing.
- Encargada de recursos humanos

### PROCESO QUE LIDERA

- Directora general de marketing digital y ventas.
- Proceso de reclutamiento del personal, planes de asistencia a los empleados y la gestión de retribución

## Matriz de Capacidades Humanas

### RESPONSABILIDADES PRINCIPALES

- Supervisar cada una de las actividades de marketing.
- Realizar estudios de mercado y comunicaciones de marketing.
- Mejorar las capacidades de cada empleado.
- Contratar nuevos talentos.
- Aumentar el rendimiento del personal

### FUNCIONES

- Dirigir al equipo de marketing.
- Fomentar un buen ambiente laboral.
- Incentivar la innovación, creatividad y la flexibilidad.
- Diseño de plan de marketing.
- Estrategias de marketing

### ACTIVIDADES PRINCIPALES

- Creación de contenido visual.
- Gestionar el presupuesto de marketing.
- Desarrollar estrategias y tácticas para difundir la existencia del tour operador.
- Supervisar y aprobar material de marketing.
- Gestionar y hacer uso eficaz del personal.

### PERSONAS A SU CARGO

- Mariluz Fernández Martínez.
- Guillermo Ríos.
- Túpac Avilés



NiCaribbean Cultural Tours

UNA NUEVA FORMA DE *Explorar*



Túpac Avilés

(+505) 7711 - 8000

tupaviles20@gmail.com



# Matriz de Capacidades Humanas

## RESPONSABILIDADES PRINCIPALES

- Acompañamiento de los turistas.
- Brindar toda la información necesaria a los turistas.
- Supervisión del transporte.
- Asistir a los turistas en situación de emergencia

## ACTIVIDADES PRINCIPALES

- Dar el recibimiento a los turistas.
- Realización del Itinerario.
- Realización de Informe de experiencias del recorrido.
- Brindar a los turistas Indicaciones necesarias durante el tour.

## HABILIDADES PRINCIPALES

- Guía turístico.
- Proveedor de servicios

## FUNCIONES

- Dirigir a los turistas según el paquete turístico.
- Entretener al grupo durante el recorrido.
- Gestión logística del tour.

## PERSONAS A SU CARGO

- Turistas.

## PROCESO QUE LIDERA

- Encargado de la planificación, coordinación y orientación de cada uno de los turistas.
- Experto en el triángulo minero.

UNA NUEVA FORMA DE *Explorar*



### 4.3.3 Matriz de Costos

Concepto	Unidad	Costo unitario	Costo mensual
<b>Costos fijos</b>			
Electricidad	100 kWh	8C\$	800C\$
Agua potable	50 litros	4C\$	200C\$
Pago de internet	20GB	60C\$	1200C\$
Pago de renta	mensual	166.6C\$	5,000C\$
Pago de publicidad (online)	mensual		3,000C\$
Pago de programa	1		1,200C\$
Pago a empleados	3	8,000 C\$	24,000 C\$
<b>Total de costos fijos</b>			<b>40,100 C\$</b>
<b>Costos variables</b>			
Materia prima (materiales publicitarios)			1,500C\$
Comisiones sobre venta		300 C\$	6000C\$
<b>Total de costos variables</b>			<b>7,500C\$</b>
<b>Costos totales</b>			<b>52,600C\$</b>



### FLUJO DE CAJA

Detalles de ingreso	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Ingresos por ventas	50,000C\$	52,000C\$	49,500C\$	50,000C\$	53,000C\$	50,000C\$
Cobro de deudas	12,000C\$	8,000C\$	8,000C\$	12,000C\$	15,000C\$	15,000C\$
Otros ingresos	2,000C\$	2,000C\$	1,800C\$	1,500C\$	1000C\$	1000C\$
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>64,000C\$</b>	<b>62,000C\$</b>	<b>59,300C\$</b>	<b>63,500C\$</b>	<b>69,000C\$</b>	<b>66,000C\$</b>
Detalles de egresos						
Electricidad	800C\$	800C\$	820C\$	790C\$	800C\$	810C\$
Agua	200C\$	200C\$	220C\$	230C\$	200C\$	210C\$
WI FI (INTERNET)	900C\$	900C\$	900C\$	900C\$	900C\$	900C\$
Comisiones	6,000C\$	5,500C\$	5,500C\$	5,500C\$	4,000C\$	3,500C\$
Abono a préstamo más intereses	15,000C\$	14,000C\$	13,500C\$	13,200C\$	13,100C\$	13,000C\$
Inversiones (Adquisición de equipo de cómputo)	5,000C\$	1,200C\$	1,200C\$	1,200C\$	1,200C\$	1,200C\$
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>27,900C\$</b>	<b>22,600C\$</b>	<b>22,140C\$</b>	<b>22,120C\$</b>	<b>20,200C\$</b>	<b>20,120C\$</b>
Egresos en consumo						
Compra de mercadería	3,000 C\$	3,100 C\$	3,200C\$	3,000C\$	3,150C\$	3,000C\$
Salarios	24,000C\$	24,000C\$	24,000C\$	24,000C\$	24,000C\$	24,000C\$
Impuestos (cuota fija)	1,000 C\$	1,000C\$	1,000C\$	1,000C\$	1,000C\$	1,000C\$



<b>TOTAL EGRESOS C.</b>	<b>28,000C\$</b>	<b>28,100C\$</b>	<b>28,200C\$</b>	<b>28,000C\$</b>	<b>28,150C\$</b>	<b>28,000C\$</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>28,000C\$</b>	<b>56,100C\$</b>	<b>84,300C\$</b>	<b>87,100C\$</b>	<b>115,250 C\$</b>	<b>143,250 C\$</b>

**FLUJO DE CAJA**

Detalles de ingreso	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Ingresos por ventas	48,000C\$	49,000C\$	48,000C\$	49,000C\$	49,500C\$	50,000C\$
Cobro de deudas	10,000C\$	9,000C\$	9,000C\$	8,500C\$	9,000C\$	9,500C\$
Otros ingresos	2,000C\$	2,000C\$	1,800C\$	1,500C\$	1000C\$	1000C\$
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>60,000C\$</b>	<b>60,000C\$</b>	<b>58,000C\$</b>	<b>59,000C\$</b>	<b>59,500C\$</b>	<b>60,500C\$</b>
Detalles de egresos						



Electricidad	800C\$	830C\$	820C\$	800C\$	790C\$	810C\$
Agua	200C\$	200C\$	220C\$	230C\$	200C\$	210C\$
WI FI (INTERNET)	900C\$	900C\$	900C\$	900C\$	900C\$	900C\$
Comisiones	6,000C\$	5,500C\$	5,300C\$	5,000C\$	4,000C\$	3,500C\$
Abono a préstamo más intereses	14,000C\$	13,500C\$	13,000C\$	13,200C\$	13,300C\$	13,500C\$
Inversiones (Adquisición de equipo de transporte)	1,200C\$	1,200C\$	1,200C\$	1,200C\$	1,200C\$	1,200C\$
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>23,100C\$</b>	<b>22,130C\$</b>	<b>21,440C\$</b>	<b>21,330C\$</b>	<b>20,420C\$</b>	<b>20,120C\$</b>
Egresos en consumo						
Compra de mercadería	3,200C\$	3,100C\$	3,250C\$	3,000C\$	3,150C\$	3,000C\$
Salarios	24,000C\$	24,000C\$	24,000C\$	24,000C\$	24,000C\$	24,000C\$
Impuestos (cuota fija)	1,000C\$	1,000C\$	1,000C\$	1,000C\$	1,000C\$	1,000C\$
<b>TOTAL DE EGRESOS C.</b>	<b>27,300C\$</b>	<b>28,100C\$</b>	<b>28,350C\$</b>	<b>28,000C\$</b>	<b>28,150C\$</b>	<b>28,000C\$</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>170,550 C\$</b>	<b>198,650C\$</b>	<b>227,000C\$</b>	<b>255,000C\$</b>	<b>283,150C\$</b>	<b>311,150C\$</b>



#### 4.4 Acciones de marketing para el tour operador online especializada en turismo creativo.

### Objetivos



**1. Dar a conocer el emprendimiento al público.**



**2. Formar alianzas sectoriales.**



OBJETIVO: Dar a conocer el emprendimiento entre el público						
Estrategias	Actividades	Recursos	Responsable	Plazo	Presupuesto	Indicador de seguimiento
<b>Publicidad Online</b>	Crear material interactivo como: trivias, videos interactivos y promocionales a través de la red social Facebook.	Humano, Tecnológicos: teléfonos computadoras, internet, App de edición	Editor	Anualmente	30\$	Estadísticas de Facebook
	Crear post y trivias por medio de Instagram.	Humanos, tecnológicos: computadoras, internet.	Socios de la empresa	Anualmente	10\$	Estadísticas de Instagram,



<b>Material promocional</b>	Creación página web.	Humano económico.	Socios o responsable	Anualmente	300\$	Actualizaciones de la página.
<b>Publicidad física</b>	Diseñar Banner, brochures.		Editor	Anualmente	20\$	Cantidad de banner y brochures.
<b>Marketing de influencer</b>	Post, videos, reels	Humano económico	Influencer	Corto plazo	100\$	Numero de influencer contratados.
<b>Objetivo: Formar alianzas sectoriales</b>						
<b>Estrategia</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Indicador de seguimiento</b>
<b>Co-Branding</b>	Venta de productos turísticos.	Humano, económico	Socios	Anualmente	-	Número de productos vendidos.
<b>Participación en ferias turísticas</b>	Eventos, intercambios culturales	Humano económico tecnológicos	Socios	Anualmente	-	Cantidad de eventos



## V. Conclusiones

- El turismo creativo promueve actividades centradas en la creatividad vinculada a la innovación y a la cultura, donde las comunidades son participes y pueden desarrollar nuevos emprendimientos, los cuales resultan ser una alternativa que contribuye a mejorar la calidad de vida de las comunidades, así como generar oportunidades de empleo, y por otra parte se preserva el patrimonio cultural y apoya al desarrollo de la economía creativa.
- La acción de emprender genera ideas de negocios que a su vez facilitan nuevas oportunidades, destacando que, el turismo es un sector multifacético y ofrece diversas posibilidades de desarrollar algo novedoso.
- La metodología de modelo de negocios CANVA genera una visión global del emprendimiento, generando pautas para innovar y adaptarse a los cambios del mercado.
- Este modelo, también ayuda a identificar quienes son los clientes y los productos que necesitan, de igual manera, sirve para asegurarse que todos los miembros de la organización trabajen con un mismo enfoque y sirve para identificar los aspectos esenciales del negocio, presentándolo de manera estructurada, e identificando posibles alternativas de mejora.
- Implementar estrategias de marketing es de suma importancia ya que, permite que las empresas y negocios vendan sus productos o servicios, así como llegar de forma más eficaz a los clientes actuales y potenciales para así cubrir sus necesidades.
- La Costa Caribe Norte tiene un gran potencial de desarrollo turístico que puede generar alternativas de ingresos económicos a la región de manera sostenible y sin afectar el medio ambiente, como es el caso del triángulo minero donde se promoverá la actividad turística para rescatar la cultura de la región, sus tradiciones y costumbres.



- 
- El emprendimiento, al ser una empresa online, tiene la ventaja de que sus costos de operación son reducidos y las inversiones se reducen a la adquisición de equipos de cómputos, mobiliario, plataformas web y de marketing lo que es una gran ventaja, esto quiere decir que el negocio se proyecta con capacidad de generar beneficios económicos y contribuir al entorno con la generación de empleos temporales y permanentes.



## VI. Bibliografía

ENTORNO TURISTICO. (18 de enero de 2022). *ENTORNO TURISTICO HABLEMOS DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/20-acciones-de-marketing-para-agencias-de-viajes/>

INTUR. (29 de Marzo de 2022). *INSTITUTO NICARAGUENCE DE TURISMO* . Obtenido de INSTITUTO NICARAGUENCE DE TURISMO: <https://www.intur.gob.ni/2022/03/29/conoce-los-circuitos-creativos-de-nicaragua/>

Mapa Nacional de Turismo. (2016). Obtenido de <https://www.mapanicaragua.com/region-autonoma-de-la-costa-caribe-norte/>

Tresserras, J. (06 de 04 de 2021). *UNESCO*. Obtenido de UNESCO: <https://es.unesco.org/news/turismo-cultural-y-creativo-hoy#:~:text=El%20turismo%20creativo%20permite%20generar,productivas%20de%20las%20industrias%20culturales.>

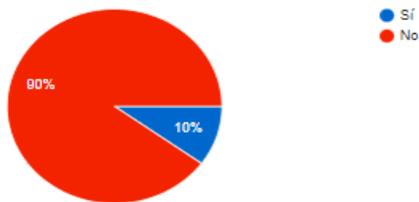


## VII. Anexos

Preguntas Respuestas **10** Configuración

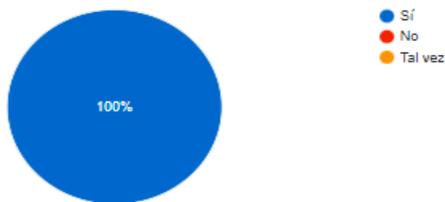
¿Has visitado algún municipio del triangulo minero?

10 respuestas



¿Te gustaría visitar el triángulo minero?

10 respuestas



¿Prefieres viajar acompañado o solo?

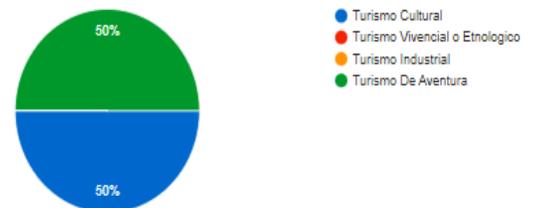
10 respuestas

Acompañado
Acompañado
Acompañada
Acompañada.

Preguntas Respuestas **10** Configuración

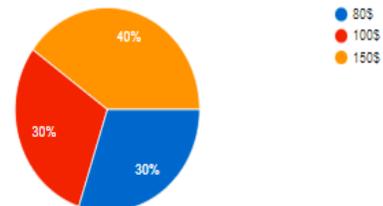
¿Qué tipo de turismo te gusta realizar?

4 respuestas



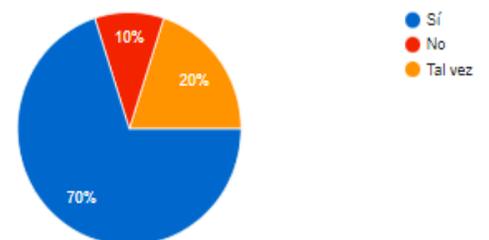
¿Cuál sería tu presupuesto a gastar ?

10 respuestas



¿Prefieres paquetes todo incluido?

10 respuestas

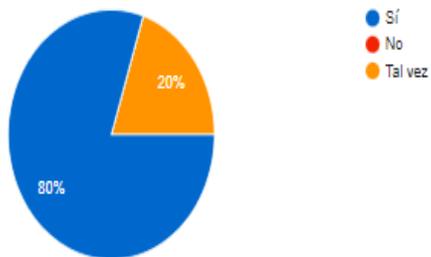




Preguntas Respuestas **10** Configuración

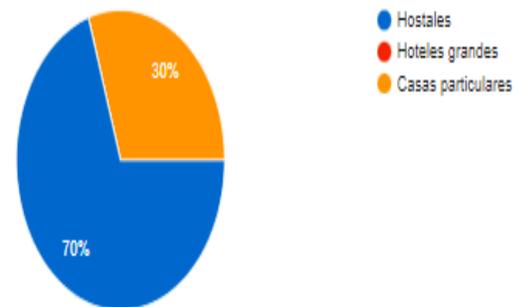
### ¿Te gustaría conocer otras culturas?

10 respuestas



### ¿Cuál es tu tipo de alojamiento preferido?

10 respuestas



Preguntas Respuestas **10** Configuración

### ¿Qué tipo de actividades te gusta realizar cuando sales de viaje?

10 respuestas

- Tomar fotos del paisaje y comer
- Senderismo, canopy, volcanos
- Senderismo, canopy, visita comunidades.
- Andar en bicicleta, montar a caballo, hacer pic-nic, etc.
- Caminata por senderos, avistamiento de flora, fauna y del paisaje.
- Deportes extremos
- Conocer la tradición y cultura del triángulo minero
- Caminar por el campo.
- Hiking, biking and kayak





# Viaja con nosotros

Conoce la Costa Caribe Norte  
Visita el triángulo minero:

Siuna, Rosita y Bonanza  
3 días, 2 noches

30 agosto- 02 septiembre

Conoce sobre cultura gastronomía y minería y disfruta de la Naturaleza de los sitios

Día 1:

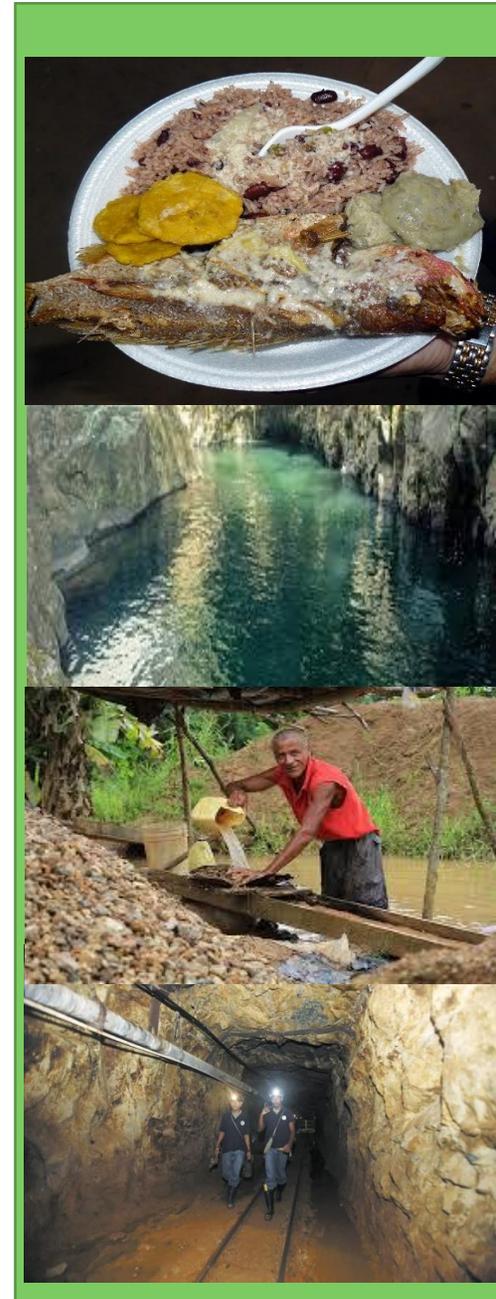
- Visita al Cañón Labu (Siuna)
- Fábrica de chocolate
- Hospedaje en Finca Agro-turística

Día 3:

- Retorno a Managua.

Día 2:

- Traslado a Rosita a la comunidad Mayagna Wasakin.
- Viaje a Bonanza donde se visitará el salto grande empresa de minería HEMCO.
- Proceso de extracción y refinación de oro.
- Hospedaje en Hotel New Dawns.





<b>Tour Costa Caribe Norte</b>						
<b>Paquete para 5 personas: 3 días y 2 noches.</b>						
	<b>PU</b>	<b>Día 1</b>	<b>Día 2</b>	<b>Día 3</b>	<b>PT</b>	
<b>Transporte</b>	1	5,000 C\$	5,000 C\$	5,000 C\$	5,000 C\$	
<b>Guia</b>	1	300 C\$	300 C\$	300 C\$	900 C\$	
<b>Chofer</b>	1	600 C\$	600 C\$	600 C\$	1,800 C\$	
<b>Hospedaje</b>	5	300 C\$	300 C\$	300 C\$	4,500 C\$	
<b>Desayuno</b>	5	75 C\$	75 C\$	75 C\$	1,125 C\$	
<b>Almuerzo</b>	5	120 C\$	120 C\$	120 C\$	1,800 C\$	
<b>Cena</b>	5	100 C\$	100 C\$	100 C\$	1,500 C\$	
	<b>Costo</b>				16,625 C\$	
	<b>40%</b>					
	<b>Ganancia</b>	1,330 C\$		<b>Valor unitario</b>	3,325 C\$	
	<b>Precio</b>	4,655 C\$				



### Jerarquía de la operadora de viajes:

