



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

**La cultura turística para el desarrollo del turismo en el municipio de
Dipilto, Departamento Nueva Segovia, durante el segundo semestre del
año 2022**

Trabajo de Seminario de graduación para optar
al grado de

Licenciado (a) en **Administración Turística y Hotelera**

Autoras:

González Díaz Danelia María

Palacios Reyes Katia Jessenia

Tutora:

MSc. Moreno López Arelis

Estelí, 02 de febrero del año 2023





UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

**La cultura turística para el desarrollo del turismo en el municipio de
Dipilto, Departamento Nueva Segovia, durante el segundo semestre del
año 2022**

Trabajo de Seminario de graduación para optar
al grado de

Licenciado (a) en **Administración Turística y Hotelera**

Autoras:

González Díaz Danelia María

Palacios Reyes Katia Jessenia

Tutora:

MSc. Moreno López Arelis

Estelí, 02 de febrero del año 2023



Dedicatoria

Este presente trabajo está dedicado primeramente a Dios y a mis padres que me han dado la existencia; y en ella la capacidad de superarme. Gracias por como son, por que su presencia y persona me han ayudado a construir y forjar la persona que ahora soy.

A mis maestros, que en el andar por la vida me he encontrado; porque cada uno de ustedes a motivado mis sueños y esperanzas en consolidar un mundo más humano.

Gracias a todos los que han recorrido este camino de mi mano, porque me han enseñado a ser mejor.

Katia Jessenia Palacios Reyes.

Dedico este trabajo de tesis principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional. El esfuerzo y las metas alcanzadas, refleja la dedicación y el amor que han invertido ustedes en mí.

Danelia María González Díaz.

Agradecimiento:

En primera instancia queremos agradecer a Dios por darnos el conocimiento y la sabiduría para consolidar nuestro trabajo de seminario asimismo agradecemos a la Universidad UNAN – Managua, Farem - Estelí por habernos aceptado para ser parte de ella y por haber abierto la puerta de su seno científico para estudiar Administración Turística y Hotelera, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante.

Agradecemos a MSc Arelis Moreno quien nos dio las herramientas necesarias para la construcción de esta investigación asimismo por su paciencia y dedicación en esta etapa tan importante en nuestras vidas.

Y para finalizar nuestro agradecimiento también va dirigido a la Alcaldía municipal de Dipilto y a INTUR Nueva Segovia por haber aceptado que se realice esta investigación en el municipio.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

2023: “SEGUIREMOS AVANZANDO EN VICTORIAS EDUCATIVAS”

Estelí, 02 febrero de 2023

CONSTANCIA

Por este medio estoy manifestando que la investigación “La cultura turística para el desarrollo del turismo en el municipio de Dipilto, Departamento Nueva Segovia, durante el segundo semestre del año 2022” cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de la Licenciatura en Administración Turística y Hotelera.

Las autoras de este trabajo son las estudiantes: González Díaz Danelia María, Palacios Reyes Katia Jessenia, y fue realizado en el segundo semestre del año 2022, en el marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que contempla un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que este estudio será de mucha utilidad ya que, hace una aportación significativa al conocimiento y da aportes relevantes a la comunidad estudiantil y las personas interesadas en esta temática.

Atentamente,

MSc. Arelis Moreno López
Tutora Seminario de Graduación
<https://orcid.org/0000-0001-9818-6015>

FAREM-Estelí, UNAN Managua

Resumen

El presente trabajo de investigación “La cultura turística para el desarrollo del turismo en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia” se realizó en el segundo semestre del año 2022 como parte de seminario de graduación para optar al grado de Licenciado/a en la carrera de Administración Turística y Hotelera; el objetivo principal de dicha investigación es analizar la cultura turística para el desarrollo del turismo en el municipio, así como lograr el aprovechamiento del potencial que tienen los recursos naturales y culturales que posee, para así ampliar la oferta turística y obtener la calidad a través del profesionalismo y disposición tanto de las autoridades municipales así como dueños de establecimientos turísticos y población en general. Es importante hacer mención que la cultura turística brinda un conjunto de conocimientos y valores que mediante su práctica de actitudes y costumbres se favorece y desarrolla el crecimiento de la actividad turística, es por ello que se ve la necesidad de involucrar a los sectores que corresponden a dicha actividad. Por consiguiente, los sectores involucrados serán Alcaldía Municipal, dueños de establecimientos turísticos y población en general, los cuales también serán los principales beneficiarios del presente estudio, donde se pretende dejar como resultado la elaboración de nuevas estrategias turísticas que aporten al desarrollo turístico y la economía, sin poner en riesgo los atractivos con los que cuenta el lugar. Por tanto, para la elaboración de las estrategias turísticas anteriormente mencionadas se aplicaron instrumentos tales como: entrevistas y encuestas las cuales ayudaron a la selección de las estrategias más pertinentes que provoquen un impacto positivo en el sector turístico del municipio.

Palabras Claves: cultura turística, desarrollo del turismo y estrategias turísticas.

Abstract

The present investigation job "The tourist culture for the development of the tourism in the Municipality of Dipilto, Department of Nueva Segovia" was realized in the second semester of the year 2022 as part of the graduation seminary to qualify for a bachelor's degree in the career of Tourism and Hotel administration; the principal objective in the investigation is to analyze the touristic culture for the development of tourism in the municipality, as well as to take advantage that the natural and cultural resources have, to in order to amplify the touristic offer and obtain the quality through professionalism and and disposition of the municipal authorities as owners of the touristic establishment and population in general.

Is important to mention that the touristic culture offer a set of knowledge and values that through its practice of actitudes and manners growth the tourist activity is favored and developed, that's why there is a need to involve each activity to the sectors that corresponds.

Consequently, the sectors involve would be Alcaldía Municipal, owners of the touristic establishment and population in general, which would also be the main beneficiaries of the present study, where it's intended to leave as a result the elaboration of new touristic strategies that contribute to the touristic development and economy, without risking the attractions that the place has.

Therefore, for the elaboration of the touristic strategies before mentioned such instruments were applied: interviews and surveys that helped to the selection of the relevant strategies that cause a positive impact on the touristic sector of the municipality.

Keywords: tourist culture, development of the tourism, touristic strategies.

Índice

1. Introducción	15
2. Antecedentes del estudio	17
3. Planteamiento del problema	21
3.1 Preguntas directrices	22
4. Justificación	23
5. Objetivos	24
5.1 Objetivo General:	24
5.2 Objetivos específicos:	24
6. Fundamentación teórica	25
6.1 Concepto de Turismo	25
6.1.1 Origen y evolución del turismo	25
6.1.2 Tipos de turismo	26
6.1.3 Turismo Cultural	28
6.1.4 Características del turismo cultural	28
6.1.5 Impactos del turismo cultural	28
6.1.6 Atractivos turísticos	29
6.1.7 Destino turístico	29
6.2 Desarrollo del turismo	30
6.2.1 Importancia del desarrollo turístico	31
6.2.1 Impacto de la actividad turística en los territorios	32
6.2.2 Impactos económicos del turismo	33
6.2.3 Impactos ambientales	34
6.2.4 Impactos socioculturales del turismo	34
6.3 Cultura	36
6.3.1 Origen de la cultura	36
6.3.2 Características de la cultura	36
6.3.3 Identidad cultural	37
6.3.4 Tradición cultural	37
6.3.5 Tipos de cultura	38
6.3.6 Cultura turística	39
6.3.7 Antecedentes históricos de la cultura turística	40
6.3.8 Principios de la cultura turística	41

6.3.9	Elementos de la cultura turística	42
6.3.10	Importancia de la cultura turística.....	42
6.3.11	Cultura turística en Nicaragua	44
6.4	Oferta y demanda	46
6.4.1	Oferta.....	46
6.4.2	Oferta turística	46
6.4.3	Características de la oferta turística.....	46
6.4.4	Demanda	47
6.4.5	Demanda turística	47
6.4.6	Características de la demanda turística.....	47
6.5	Estrategias para la promoción turística.....	49
6.5.1	Definición de estrategias	49
6.5.2	Tipos de estrategias	49
6.5.3	Estrategias turísticas.....	50
6.5.4	Marketing turístico	51
6.5.5	Importancia del marketing turístico para la promoción territorial.....	51
7.	Supuesto de investigación.....	53
8.	Matriz de operacionalización de variables.....	54
9.	Diseño metodológico.....	65
9.1	Enfoque filosófico de la investigación	65
9.2	Paradigma.....	66
9.3	Tipo de investigación	66
9.3.1	Según su aplicabilidad	66
9.3.2	Según su alcance.....	66
9.3.3	Según el tiempo.....	67
9.4	Área de estudio.....	67
9.4.1	Descripción del área de estudio.....	68
9.5	Población.....	69
9.6	Muestra	69
9.7	Métodos empíricos	70
9.7.1	Encuesta:.....	70
9.7.2	Entrevista:.....	71

9.8	Etapas de la investigación	72
9.8.1	Primera etapa de la investigación:.....	72
9.8.2	Segunda etapa de la investigación: Elaboración de los instrumentos	72
9.8.3	Tercera etapa de la investigación: Trabajo en el campo	72
9.8.4	Cuarta etapa de la investigación: Procesamiento y análisis de datos.....	73
10.	Análisis de resultados	73
11.	Conclusiones:	87
12.	Recomendaciones:	88
13.	Referencias	89
	Bibliografía.....	89
14.	ANEXOS:	93
	Anexo a) Encuesta	94
	Anexo b): Entrevista.....	98

Índice de ilustraciones

Figure 1 Beneficios del turismo	31
Figure 2 Sistema turístico a partir de la cultura turística	39
Figure 3 Cadena de beneficio de la cultura turística.....	43
Figure 4 Características de la demanda turística	48
Figure 5 Mapa Departamento Nueva Segovia, Nicaragua	68
Figure 6 Mapa Municipio Dipilto	69

Índice de tablas

Tabla 1 Atractivos turísticos.....	76
Tabla 2 oferta turística.....	79
Tabla 3 Propuesta estratégica Marketing	84
Tabla 4 Propuesta estratégica Sello Moderniza.....	86

Lista de siglas

OMT: Organización Mundial del Turismo

INTUR: Instituto Nicaragüense del Turismo

UNWTO: World Tourism Organization

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

1. Introducción

La cultura turística es el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que fortalecen la identidad, fomentan el buen trato al turista (nacional y extranjero) y promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones, reconociendo al turismo como mecanismo de desarrollo sostenible del país (Turismo, 2015).

Así mismo la cultura turística en cualquier destino que se dé es valorarlo, respetarlo y cuidarlo poniendo en práctica así nuestras actitudes y principios como personas responsables de mantener en el tiempo la historia, las tradiciones y costumbres que conllevan a que la persona que realiza turismo se lleve una imagen que lo motive a volver. Dando así un beneficio recíproco, que el visitante disfrute de una estadía placentera y se sienta a gusto al realizar la actividad turística y los protagonistas del municipio generar una fuente de ingreso que les ayude como población a desarrollarse turísticamente.

La presente investigación “La cultura turística para el desarrollo del turismo en el municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia” realizada durante el segundo semestre del año 2022 pretende analizar los aspectos que obstaculizan al desarrollo turístico del municipio y que a su vez no dan paso a la creación de nuevos establecimientos, lo cual está debilitando día tras día la posibilidad de ver al municipio Dipilto como un destino atractivo y completo que ofrezca a los visitantes diversas actividades de ocio.

El objetivo principal de este estudio es analizar la cultura turística para el desarrollo del turismo en el Municipio Dipilto, donde se identificó el potencial turístico con el que cuenta, el cual es muy rico en naturaleza y cultura, más, sin embargo, no cuenta con servicio de alojamiento para que el visitante pernocte en él, esto propicia que sea un lugar de paso y se convierta en un factor limitante para el desarrollo turístico.

En relación con los elementos mencionados anteriormente se elaboraron estrategias turísticas que aporten a la mejora de la calidad de los servicios y estas a su vez generen un impacto positivo en el ámbito social, económico y cultural, donde los beneficiarios serán principalmente la población en general, dueños de establecimientos turísticos y Alcaldía Municipal.

Para llevar a cabo este estudio se realizaron entrevistas dirigidas a los representantes de INTUR , autoridades municipales y dueños de establecimientos turísticos; así mismo se aplicaron aproximadamente 120 encuestas a la población en general, cabe mencionar que en la búsqueda y análisis de los resultados se obtuvo una respuesta negativa que confirma que el municipio necesita lograr un desarrollo en el cual los máximos representantes del sector turístico deberán articular para promover proyectar y visionar un futuro en el cual se tenga mayores oportunidades de incursionar en la actividad turística y que esta sea una de las fuentes de desarrollo económico en donde los pobladores sean partícipes también de todas estas acciones.

A continuación, este estudio está estructurado de siete capítulos en donde el primer capítulo está conformado por la parte medular los cuales son: antecedentes del estudio, planteamiento del problema, preguntas directrices y justificación, todos estos conforman la primera parte de esta investigación.

El siguiente capítulo está conformado por Objetivo general y objetivos específicos los cuales son los elementos principales para dar salida a la problemática planteada.

El capítulo tres fundamenta teóricamente este trabajo de investigación con acápites como: Turismo, desarrollo del turismo, cultura turística, oferta y demanda turística y como último estrategias turísticas.

El capítulo cuatro consta del supuesto de investigación (hipótesis) la cual plantea la suposición hecha a partir de datos que sirvieron de base para iniciar dicha investigación.

El capítulo cinco se conforma por el cuadro de matriz de operacionalización de variables el cual es una herramienta que permite evaluar el grado de coherencia y conexión lógica entre el título, el problema, los objetivos, método y diseño de la investigación.

El capítulo seis está conformado por el diseño metodológico en el cual se dan respuestas a la pregunta de investigación y comprueba la hipótesis.

Para finalizar el capítulo siete está estructurado por el análisis de los resultados en el cual se procesa toda la información que ha ido apareciendo en este estudio, donde se presenta de

manera ordenada y comprensible en el que llegamos a concluir con estos datos que se originan.

2. Antecedentes del estudio

Internacionales

Según (Esquivel Rios, Villaseñor Ramirez, & Martinez Sanchez, 2021) realizaron el artículo Análisis de la cultura Turística y sus beneficios para el turismo en el pueblo mágico de Comonfort, Guanajuato, México en el año 2021, este estudio fue parte de la Universidad Tecnológica de San Miguel Allende. Los autores fueron Dra. Rocío Esquivel Ríos, Mtra. María Martha Villaseñor Ramírez, Mtra. Araceli Martínez Sánchez.

El presente artículo tiene como objetivo demostrar la importancia de la cultura turística y su impacto en el turismo en el Pueblo Mágico de Comonfort, Guanajuato a partir de un estudio de los pobladores, los prestadores de servicios y servidores públicos del lugar que permita identificar si existe, un nivel de involucramiento, interés por formarse en ella y entender su importancia dentro del desarrollo del destino turístico y la atención a turistas y visitantes.

A partir de este análisis se llegaron a las siguientes conclusiones:

Fue posible identificar puntos de oportunidad y fortalezas con los que cuenta el destino. Una de las fortalezas identificadas es el interés por conocer el destino que ha despertado en la sociedad a nivel nacional el reconocimiento obtenido de “Pueblo Mágico”, este acontecimiento es el motivo por el cual a partir del año 2018 ha aumentado el flujo turístico.

Sin embargo, este interés no es suficiente, pues se deben considerar todos los factores para atender a los visitantes, ofrecerles una experiencia inolvidable y una estadía placentera, basada en el reconocimiento y fortalecimiento de la riqueza cultural que posee.

Atendiendo a los puntos de oportunidad identificados es posible mencionar que aún falta mucho trabajo por realizar referente a la importancia y responsabilidad de la actividad turística, de tal forma que la comunidad se sienta identificada con ella y sea capaz de brindar una buena atención a los visitantes y turistas.; este artículo aporta información valiosa la cual

está ligada a nuestro tema y se desarrollan mismas temáticas y procesos que se ejecutaran en la segunda fase de esta investigación.

Citando a (Arista Rojas, 2020) quién realizó la presente investigación “Evaluación de la cultura turística y su influencia en el turismo sostenible en Chachapoyas” fue realizada en el año 2020, en la Universidad Científica del Sur de Lima Perú. El presente estudio fue creado por Fátima Mercedes Aristas Rojas.

El objetivo de esta investigación es determinar la contribución de la cultura turística de la población de Chachapoyas en el turismo sostenible, ya que actualmente esta ciudad es la capital de la región de Amazonas y el punto de partida para conocerla. Debido al desarrollo del turismo en estos últimos años, urge la necesidad de planificar adecuadamente el destino para involucrar la participación de todos los actores.

Las conclusiones obtenidas con el análisis de esta investigación arrojaron que existe un nivel alto de cultura turística medido en los altos porcentajes obtenidos en sus dimensiones de conocimiento, actitud y comportamiento turístico; contribuyendo positivamente en el fortalecimiento, involucramiento y desarrollo del turismo sostenible.

Asimismo, la población reconoce más los impactos económicos que los sociales y ambientales, pero presenta un alto grado de compromiso e interés para participar en el desarrollo de actividades; aunque, un factor clave que se repite constantemente en la opinión de los pobladores es la débil planificación del sector público y privado para un adecuado aprovechamiento del potencial turístico, el incremento en la calidad de servicio y mejoramiento de la ciudad.

El análisis de esta investigación incorpora puntos de interés vistos desde la perspectiva de otros países los cuales nos dan una visión universal de las problemáticas o cuestiones a mejorar en la cultura turística.

De acuerdo con (Diaz D. M., 2019) la presente investigación “Evaluación de la cultura turística para desarrollar el turismo en el centro poblado Sipán del distrito de Zaña” fue realizada en el año 2018 en la Universidad Señor de Sipán, su autor es Diego Martín Coral Díaz.

Este estudio tiene como objetivo evaluar la cultura turística para desarrollar el turismo en el centro poblado Sipán del distrito de Zaña, el enfoque de la investigación es cuantitativo.

De acuerdo a este objetivo se llegó a la siguiente conclusión: los pobladores de Sipán no ven al turismo como una fuente de trabajo que les aportará para mejorar su calidad de vida, sino como una actividad que no sería capaz de hacer que la economía de los pobladores mejore, es por ello, que la comunidad se dedica a sus actividades económicas que vienen haciendo desde siempre, dejando de lado al turismo como una oportunidad para generar nuevos ingresos económicos.

A demás la población del Centro Poblado Sipán carece de cultura turística, pues sus conocimientos, valores y actitudes no son los adecuados y tampoco se ha evidenciado preocupación por conservar y/o proteger su patrimonio.

Esta investigación cuenta con criterios básicos para hacer nuestro análisis en el Municipio de Dipilto Nueva Segovia, así como métodos de recolección de datos y alternativas de mejora de la cultura turística.

Como afirma (Herrera C. , 2015) el presente estudio “Formación de la cultura turística en las comunidades anfitrionas: Barrio centro, Santa Clara, Cuba” fue realizado en el año 2015, en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Chihuahua. México y Universidad Central de Las Villa, Cuba; por los autores, Doctor Manuel Ramón González Herrera y Master Georgina Castro Acevedo.

El objetivo de dicho estudio es diseñar e implementar una estrategia participativa para la formación de la cultura turística en el Barrio Centro de Santa Clara, con el fin de promover el turismo cultural comunitario desde una perspectiva educativa.

Teniendo como base este objetivo y llevado a cabo el análisis se obtienen las conclusiones siguientes: las acciones realizadas evidencian un favorable proceso de transformación cualitativa que transita desde un estado inicial, caracterizado por insuficiente cultura turística, hacia un nuevo estado de formación y comportamientos turísticos deseables. Esto queda acreditado mediante la certificación de los participantes como promotores de una cultura turística general comprometida con códigos de comportamiento turístico responsable.

La perspectiva educativa que muestra esta investigación, así como las críticas constructivas hacia la población nos permiten visualizar la percepción que tienen los pobladores ante la actividad turística, de esta manera nos aporta información para desarrollar herramientas que se pueden aplicar a nuestra investigación.

Nacionales

Teniendo en cuenta a (Díaz W. J., 2016) el presente ensayo “Cultura Turística, motor de la calidad en el Turismo Sostenible” fue realizado en el año 2015, en la Universidad UNAN-MANAGUA, FAREM-CARAZO por el autor Waldo José Hernández Díaz.

El objetivo del presente ensayo es exponer aspectos importantes de cómo la cultura turística involucra una gran importancia dentro del marco de la actividad turística desde una perspectiva de sostenibilidad (Turismo Sostenible), el cuál hoy está teniendo un gran auge por el objetivo de proteger el medio ambiente desde y una concepción de aprovechar racionalmente los recursos humanos, culturales, económicos y naturales.

Como conclusión de todos los aspectos expuestos en este ensayo se dice que la cultura turística es de gran ayuda e importancia para que el sector turismo funcione con enfoque sustentable, logrando aprovechar al máximo con lo que un país cuenta y que lo que ofrece sea un producto turístico que cumpla con las expectativas de los turistas y logre el beneficio mutuo entre las partes que integran esta industria; este ensayo aporta definiciones claras y sustentables de cultura turística, las cuales son indispensables a abordaren este trabajo.

3. Planteamiento del problema

La problemática a tratar en esta investigación es la falta de gestión para el desarrollo del turismo en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia, el no contar con un buen desarrollo turístico de los atractivos naturales y culturales con los que cuenta dicho Municipio ha desencadenado el desconocimiento de los pobladores y así mismo de los turistas que visitan este lugar, por lo tanto, la escasez de iniciativas y gestión de desarrollo por parte de la población y autoridades ha sido un factor limitante para el desarrollo turístico de esta localidad.

Es importante mencionar que el turismo es en la actualidad una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región; como también es importante recalcar que uno de sus pilares fundamentales es la cultura turística para el desarrollo de esta actividad, el turismo puede presentar muchas variantes ya que existen diferentes tipos de turismo.

Por tanto, esta investigación indica que en el municipio Dipilto se destaca el turismo religioso el cual es uno de los principales atractivos existentes en la zona, más sin embargo este municipio de Nueva Segovia cuenta con diversos destinos turísticos los cuales tienen el potencial y valor cultural para destacar en la oferta turística en la zona norte del país y de esta manera atraer visitantes que aporten al desarrollo socio-económico. Por consiguiente, nuestra investigación pretende dejar como resultado estrategias turísticas en el municipio de Dipilto abriendo paso a la gestión de los recursos existentes y aprovechamiento de los mismos potencializando así el turismo en dicha localidad.

3.1 Preguntas directrices

1. ¿Qué conocimientos tienen los pobladores del Municipio de Dipilto acerca de las actividades turísticas que se desarrollan?
2. ¿Qué importancia se le da al turismo como actividad de desarrollo socio económico?
3. ¿Qué valor se les da a los destinos potencialmente turísticos del Municipio de Dipilto?
4. ¿Cómo influyen las autoridades municipales en la gestión del desarrollo turístico en el Municipio de Dipilto?

4. Justificación

La cultura turística es base para la calidad de los servicios que se ofertan en todo destino turístico, todos y todas forman parte de esta, desde transportistas hasta establecimientos turísticos y ciudadanía, estos sectores tienen que estar orientados al aprovechamiento de los recursos con los que cuenta el municipio permitiendo así un desarrollo óptimo en la economía local.

De igual manera se ha identificado el potencial con el que cuenta el municipio Dipilto reflejado en los diversos e innumerables atractivos, desde sus serranías de pinos, cuencas de agua, miradores naturales, Santuario de la Virgen y fincas cafetaleras; así como cada una de sus costumbres y tradiciones que los representa trayendo consigo mismo el lema “Con olor a Pino, sabor a Café y gente de fé”.

Por consiguiente, se pretende dar a conocer lo colorido y mágico del pueblo más pequeño del Departamento Nueva Segovia, el cual aún por ser pequeño puede llegar a tener un desarrollo por medio de la actividad turística donde cada sector esté involucrado y, por ende, obtendrán beneficios de la mano con la unión y que sea de sumo interés para todos los implicados.

Se concluye que, dicha investigación dejará como resultado la elaboración de estrategias para el desarrollo del turismo a través de la cultura turística, para así lograr un cambio significativo que genere un impacto positivo a las generaciones presentes y futuras.

5. Objetivos

5.1 Objetivo General:

Analizar la cultura turística para el desarrollo del turismo en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia en el segundo semestre del año 2022.

5.2 Objetivos específicos:

- ✓ Identificar el potencial turístico con el que cuenta el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.
- ✓ Describir la oferta y demanda existente en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.
- ✓ Determinar el nivel de cultura turística que poseen los pobladores y su relación con el desarrollo del turismo en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.
- ✓ Proponer estrategias para el desarrollo del turismo a través de la cultura turística en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.

6. Fundamentación teórica

Como parte del sustento teórico de esta investigación en este apartado desarrollaran los conceptos fundamentales en relación a:

- ✓ Cultura turística
- ✓ Desarrollo turístico
- ✓ Estrategias turísticas

6.1 Concepto de Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año (Perez Porto & Gardey, 2022).

6.1.1 Origen y evolución del turismo

Según (Morales F. C., 2020) el turismo ha tenido una gran evolución a lo largo de la historia. Desde las cruzadas templarias para la conquista de Tierra Santa hasta la aparición del avión, el turismo ha vivido una gran cantidad de avances que, tras siglos de historia, lo han posicionado como uno de los mayores sectores económicos en la economía mundial.

El turismo en la Edad Antigua

El turismo, tal y como lo conocemos en el siglo XXI, nace en el siglo XIX. La Revolución Industrial, en un contexto global, provocó un crecimiento exponencial de los viajes y los desplazamientos entre territorios. Con fines muy distintos, tales como las guerras, el ocio, el comercio, la conquista, así como otro tipo de fines, el turismo no ha dejado de crecer, en función que iban desarrollándose todas las infraestructuras y el transporte.

El turismo en la Edad Media

La Edad Media representó un periodo de grandes conflictos bélicos que desincentivó la práctica turística. Y es que, las relaciones de vasallaje entre los ciudadanos que no podían abandonar las tierras del señor feudal, así como esa descentralización en pequeños feudos enfrentados entre sí, provocó que las migraciones dejaran de sucederse con la misma frecuencia que se daba en la Edad Antigua.

El turismo en la Edad Moderna:

Durante la Edad Moderna, el turismo vive un gran auge sobre todo en el turismo de ocio. Es decir, el turismo que se realiza con fines de diversión, descanso y recreación. La mayor estabilidad institucional, hasta el comienzo del periodo de entreguerras en la Edad Contemporánea, dota de mayor seguridad a los ciudadanos para las migraciones entre territorios. Es aquí cuando los británicos comienzan a impulsar tendencias como la del “Grand Tour”.

Cada acontecimiento social ha dado paso a avances significativos que han permitido el mejoramiento e innovación de los servicios turísticos.

6.1.2 Tipos de turismo

Dentro de los diferentes tipos de turismo haremos mención de los siguientes:

- **Turismo Religioso**

EL concepto más inocuo que podamos dar es que el turismo religioso es un tipo de turismo a través del cual las personas realizan desplazamientos (como principal motivación del viaje) para alcanzar gracias espirituales a través de la proximidad, el contacto o la inmersión en lo sagrado, o para el conocimiento de una religión y cultura a través de la práctica orientada u observación propia.

Podemos deducir entonces que siempre y sea la religión que sea, basa esos desplazamientos hacia determinados sitios físicos (que es lo que explota el turismo)

intrínsecamente relacionados con hechos espirituales (que es lo que maneja la religión) (Perez A. M., 2022).

- **Turismo Gastronómico**

Expertos consultados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) definen al turismo gastronómico de la siguiente manera: “Visitantes y turistas que planifican sus viajes con el fin de probar la cocina del lugar al que van o realizar actividades relacionadas con la gastronomía” (Vazquez, 2022).

- **Turismo de Naturaleza**

El turismo de Naturaleza busca delimitar a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estar en contacto con la naturaleza. Principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural (Turístico, 2016).

Este tipo de turismo tiene 3 grandes derivaciones: El ecoturismo que se desarrolla en áreas naturales y que tiene como fin la apreciación y conocimiento de la naturaleza; El turismo de aventura, tiene como principal motivo, realizar actividades recreativas que representen un esfuerzo emocional y físico; y por último el turismo rural donde se busca la convivencia e interacción con la gente propia del lugar, conociendo su cultura y formas de vida.

- **Turismo artístico:**

El turismo artístico es aquella que busca la adquisición de conocimientos y sensaciones a través del patrimonio cultural del lugar que se visita.

Los atractivos de este tipo de turismo son variados: pinturas, yacimientos arqueológicos, edificios, artesanía, recintos sagrados, esculturas o palacios son algunos ejemplos.

Además de estos tipos de turismo ya antes mencionados es crucial dar una definición acerca del turismo cultural del que va inclinado el presente trabajo de investigación, a continuación, se abordará el concepto:

6.1.3 Turismo Cultural

El turismo cultural se define como aquellas actividades que realiza un turista para presenciar, estudiar y aprender las características culturales que un destino geográfico posee y ofrece como producto turístico.

La extensión geográfica que comprende el turismo cultural puede ser a baja escala, como visitar una pequeña población, o a gran magnitud, como recorrer diferentes partes de un país.

Es uno de los tipos de turismo más practicados a nivel mundial. Comprender las vivencias y tradiciones de una nación, conocer su historia, su gastronomía, y sus actividades más comunes, hacen de este turismo una práctica altamente atrayente para aquellos extranjeros que desean contemplar la vida desde una perspectiva diferente. (Chavez, 2022).

6.1.4 Características del turismo cultural

- Es uno de los tipos de turismo más practicados.
- Destaca por sus visitas a pueblos, ciudades o monumentos muy característicos de la zona.
- Visitar el destino turístico es una forma de aprender vívidamente la historia del lugar, lo que ofrece un añadido muy significativo a las personas que están presentes en la zona mientras aprenden.
- La duración de permanencia en un sitio turístico es generalmente menos de 5 días.
- El turismo turístico abarca muchas actividades: deporte, diseño arquitectónico, gastronomía, naturaleza, idioma, arte, conocer a las personas, entre otras actividades típicas del lugar.
- Actualmente existen más de mil sitios del Patrimonio Mundial, de los cuales, la gran mayoría son de índole cultural, y se reparten principalmente entre Italia, China, Alemania, España, Francia, India y México (Chavez, 2022).

6.1.5 Impactos del turismo cultural

Entre los aspectos o impactos positivos que genera el turismo cultural destacamos:

- ✓ El revitalizar el interés de sus habitantes por su cultura, evitando así su olvido o extinción.
- ✓ Rompe la estacionalidad que tiene otra oferta turística como la que puede ser el sol y playa o el turismo de deportes de invierno.
- ✓ Ofrece la posibilidad del desarrollo de pequeñas localidades, encontrando en el turismo rural una oportunidad de desarrollo y de diversificar su economía.
- ✓ Fortalece la creación o desarrollo de políticas y programas conjuntos entre el sector del turismo y cultural.
- ✓ Genera una serie de recursos para el mantenimiento, conservación, mejora y protección del patrimonio (Cruz, 2019).

6.1.6 Atractivos turísticos

Un atractivo turístico es un sitio de interés para los turistas, el cual destaca por su particularidad cultural, histórica, artística, arquitectónica, natural, recreativa, gastronómica, lingüística, arqueológica o astronómica. A menudo, un destino tiene más de un valor turístico para ofrecer. Estos son lugares llamativos y acondicionados para generar interés y atraer a la mayor cantidad de turistas (Chavez, 2022).

6.1.7 Destino turístico

Un destino turístico es una localidad, que atrae a un gran número de viajeros o turistas en una época del año o durante todo el año, ya sean turistas nacionales o internacionales. Los viajeros pueden visitar estos destinos para ver sitios históricos, maravillas naturales, o monumentos. Algunas de las atracciones turísticas pueden ser numerosas actividades, como paseos, juegos, deportes, retiros espirituales, o novedades inusuales. A menudo se venden recuerdos en los destinos turísticos, y muchas de estas localidades dependen económicamente de los ingresos generados por los turistas. Los lugares de interés histórico son a menudo considerados destinos turísticos.

6.2 Desarrollo del turismo

En los últimos años, el turismo se ha convertido en un factor fundamental de desarrollo socioeconómico de los países (Kotler, 1997), habiéndose otorgado a escala mundial, mucha importancia al desarrollo de distintas actividades relacionadas con el ocio y la recreación, con miras a satisfacer las crecientes e innovadoras demandas de los turistas.

Esta situación se halla enmarcada en tendencias o pautas de consumo en que las personas se encuentran inmersas, a causa de las nuevas tecnologías de comunicación y a la creciente necesidad de salir de la rutina que le producen sus actividades cotidianas.

Por otro lado, este proceso constituye una oportunidad de crecimiento y desarrollo para territorios que desarrollan nuevos destinos o actividades turísticas, atrayendo, de esta manera, nuevas dinámicas a su territorio que le permiten mayor diversificación de la economía y mejor calidad de vida para la población residente (Gambarota, 2016).

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea (UNWTO, 2022).



Figure 1 Beneficios del turismo Gambarota (2016)

6.2.1 Impacto de la actividad turística en los territorios

El turismo, además de ser un considerado por la mayoría como una actividad económica, tiene un carácter espacial, pero ante todo es un fenómeno territorial. Los “espacios turísticos” no solo son escenarios en los cuales se ubican una serie de accidentes geográficos, de elementos naturales, de asentamientos humanos, de manifestaciones de una cultura, generadores de actividades de intercambio económico; nos referimos más bien a un territorio complejo, en el que tienen lugar multiplicidad de hechos” (Bejarano, 2009).

La dimensión espacial del turismo, que ha sido obviada, es aquella que corresponde a la parte no física, sino simbólica y representacional (Bejarano, 2009) en la que los conceptos de territorio, territorialidad y desterritorialización son inherentes al turismo.

Hablar de turismo como fenómeno territorial es hablar de espacios apropiados o de espacios territorializados. “La territorialidad es un elemento constituyente del territorio, por lo cual el territorio no es solo espacio físico sino producción constante” (Echeverría & Rincón, 2000). Sujetos y actores marcan el territorio, a su vez el territorio deja también sus huellas en estos.

Es así como estas marcas son la forma de interpretar la noción de territorialidad. Esto hace pensar, que indudablemente el turismo es un proceso netamente territorializador con una capacidad de transformar el territorio en el corto plazo y sin el consentimiento de los sujetos y actores locales.

La aparición de planta turística en un territorio se configura como un actor con alta capacidad de ejercer control territorial y transformar lógicas territoriales preexistentes. Es decir, se advierte la acción territorializadora del turismo y a su vez desterritorializadora de los procesos locales.

Es así como el desarrollo del turismo genera toda una serie de efectos sobre el territorio en el cual se desarrolla. Estos efectos han sido precisamente los que dieron origen al interés de los distintos países para el fomento de su desarrollo, los cuales pueden manifestarse tanto sobre la economía nacional, como sobre la sociedad y su cultural o sobre el medio ambiente natural sobre el cual se lleva a cabo tal actividad.

Los estudios sobre impactos del turismo que desde la literatura del mismo se han elaborado han mantenido esa visión sectorial; dividiendo los impactos del mismo en económicos, ambientales y socioculturales. Y a su vez, cada uno de estos, según el tipo de manifestación es clasificado en negativos o positivos (Zapata, 2014).

6.2.2 Impactos económicos del turismo

Se argumenta que dentro de los impactos económicos del turismo se encuentran:

- Suscita numerosos empleos en hoteles, restaurantes, guías turísticas y área de servicio en general.
- Negocios de Baja Inversión, es decir, incluso las pequeñas empresas o individuos no capitalizados pueden crear empleo.
- Mayores ingresos, ya que los centros turísticos suelen pagar precios más altos que el promedio nacional.
- En los países en desarrollo, los trabajos en turismo también significan educación adicional, ya que generalmente se requiere un idioma extranjero y se necesitan otras habilidades.
- Mejora en servicios públicos. Dado que los turistas están acostumbrados a la comodidad, a la expectativa y a la demanda, el desarrollo de infraestructura como el tráfico, el transporte público, las comunicaciones, el agua, las aguas residuales y la electricidad se ve influido positivamente en los países visitantes. Estos solo pueden financiarse con fondos del turismo, pero también son de gran importancia para otros sectores económicos (por ejemplo, rutas de transporte como aeropuertos, carreteras, instalaciones de comunicación).
- El turista es un usuario final típico, es decir, el dinero que gasta permanece en el lugar, en el país que visita.
- El turismo internacional es una fuente importante de divisas. Como resultado, estos países también pueden comprar en el extranjero nuevamente. Es especialmente importante para los países en desarrollo.

- Como los visitantes pueden disfrutar de las cosas que han llegado a conocer en vacaciones, esto puede generar exportaciones.
- Se impulsa la economía local, por ejemplo, comprando alojamientos de hoteles a proveedores locales (Rodilla, 2022).

6.2.3 Impactos ambientales

- Las áreas individuales donde antes se practicaba la agricultura intensiva y se usaban muchos herbicidas se ven menos afectadas por el uso turístico en la actualidad.
- En las zonas turísticas altamente desarrolladas, en particular las unidades más pequeñas, como las islas, donde la naturaleza es el "producto principal", la protección del medio ambiente es cada vez más importante.
- Las instalaciones turísticas como hoteles y clubes, transporte y otras infraestructuras turísticas deben complementar la naturaleza, no pueden reemplazarla (Rodilla, 2022).

6.2.4 Impactos socioculturales del turismo

Como es sabido, la calidad de la experiencia turística depende, no sólo de las atracciones principales ofrecidas en el destino, sino también de las infraestructuras y facilidades disponibles. Normalmente, el turismo trae consigo la mejora de la atención sanitaria a la región en la que se desarrolla, ya que los turistas dan prioridad a todos los aspectos relacionados con la salud. Dicha mejora suele extenderse, asimismo, a otras facilidades y servicios: alumbrado, recogida de basuras, mejora de las comunicaciones, nuevas sucursales de entidades financieras, etc. Así pues, la calidad de vida de los residentes aumenta.

Por otro lado, el turismo puede ayudar a estimular el interés de los residentes por la cultura propia, por sus tradiciones, costumbres y patrimonio histórico, puesto que los elementos culturales con valor para los turistas se recuperan y conservan, de manera que puedan ser incluidos en la experiencia turística. Este despertar cultural puede constituir una experiencia positiva para los residentes, aportándoles cierta concienciación sobre la continuidad histórica y cultural de su comunidad, a la vez que pueden convertirse en aspectos que potencien el atractivo turístico del destino. De esta forma el turismo contribuye a:

- La preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, lugares históricos.
- La revitalización de las costumbres locales: artesanía, folklore, festivales, gastronomía, etc.

Además, el turismo puede ser el factor que acelere los cambios sociales positivos en una comunidad, en términos de mayor tolerancia y bienestar. El efecto demostración puede ser beneficioso cuando anima a los residentes a luchar y/o trabajar por cosas de las que carecen, el incremento del nivel de calidad de vida o valor de igualdad. Por ejemplo, el empleo proporcionado por la actividad turística en el sector ha permitido mayor movilidad en la escala social en comunidades muy jerarquizadas.

Por último, y aunque este efecto está un tanto idealizado ya que muchas de las formas actuales del turismo no lo favorecen— otro de los impactos beneficiosos es la oportunidad que éste ofrece a sus participantes de practicar un intercambio cultural con los residentes de la región que visitan. Este tipo de experiencias incide sobre la percepción del visitante hacia otras culturas y formas de vida, aumentando la comprensión y el respeto de las diferencias (García, 2022).

El turismo hoy en día es una actividad de suma importancia ya que no solo conecta a diferentes naciones y culturas si no también fomenta el desarrollo de los países por medio de inversiones, genera empleo y crea un impacto de desarrollo económico, social y cultural.

Cabe mencionar que cuenta con diversas actividades de ocio para satisfacer las demandas actuales, al ser un sector receptivo acoge a todas las personas con diferentes gustos y preferencias proporcionándoles un sin número de opciones para el goce de todos y todas.

Por último, pero no menos importante, se puede observar que a través de los años el turismo ha venido evolucionando teniendo como objetivo siempre la satisfacción de los visitantes creándoles en su memoria experiencias y sentimientos inolvidables.

6.3 Cultura

La cultura es todo lo que constituye nuestro ser y configura nuestra identidad. Hacer de la cultura un elemento central de las políticas de desarrollo es el único medio de garantizar que éste se centre en el ser humano y sea inclusivo y equitativo (Hosagrahar, 2017).

6.3.1 Origen de la cultura

El concepto de cultura ha variado a lo largo de la historia. En su origen etimológico, la palabra cultura proviene del latín *cultus* que significa “cultivo” o "cultivado". Este término es el participio pasado de la palabra *colere* que significa 'cultivar'.

En la Edad Media, cultura designaba un terreno cultivado. En el renacimiento apareció la idea del hombre "cultivado", es decir, alguien instruido en literatura y bellas artes.

A partir del siglo XVIII, se comenzó a usar sistemáticamente el término cultura para referir al conocimiento ilustrado. En el siglo XIX cultura abarcó también los buenos modales y costumbres.

Con el desarrollo de las ciencias sociales en el siglo XX, el sentido de cultura se ha ido ampliando, hasta dar con el que le atribuimos en la actualidad (UNWTO, 2022).

6.3.2 Características de la cultura

- La cultura no es algo natural o instintivo de la persona, sino que es el resultado del aprendizaje incorporado durante toda su existencia. Es una capacidad que lo distingue de los animales.
- La cultura está caracterizada por ser dinámica, compartida y aprendida. Esto significa que puede adaptarse al contexto con la finalidad de ofrecer garantías de supervivencia al grupo social.
- En los últimos tiempos, el ser humano ha desarrollado tecnologías y habilidades nuevas que implican un acelerado avance en la evolución de la cultura a nivel mundial, tales como la cultura 2.0 propia de las redes sociales y de Internet.

- La forma en la que vive la comunidad permite que la cultura tenga continuidad. Hay una gran diversidad cultural, tanto como existen países y sociedades en el mundo. Esto significa que las distintas culturas pueden convivir entre ellas (Perez R. , 2022).

6.3.3 Identidad cultural

La identidad cultural es el conjunto de manifestaciones socioculturales (creencias, tradiciones, símbolos, costumbres y valores) que les provee a los individuos pertenecientes a una comunidad un sentido de pertenencia y comunión con sus pares. Dicho de otro modo, se trata de una forma de identificación colectiva, mediante la cual los miembros de un determinado grupo social (entendidos como una cultura) se diferencian de quienes no formen parte del mismo.

Todos poseemos una identidad cultural, que en gran parte está determinada por las condiciones de nacimiento y por la cultura hegemónica (mayoritaria) recibida. Sin embargo, también influyen los subgrupos a los que se pertenece dentro de su cultura. Así, dentro de una cultura “oficial” (generalmente coincidente con la cultura o identidad nacional), existen distintas subculturas o subgrupos que, a pesar de formar parte de la mayoritaria, presentan rasgos diferentes.

Las identidades culturales, sin embargo, no son monolíticas o totales. Una persona puede ser más o menos tradicional en su manera de entender y ejercer su identidad y su cultura, o puede tender al multiculturalismo, o sea, a la convivencia más o menos armónica de elementos provenientes de diferentes culturas humanas (Equipo editorial, 2021).

6.3.4 Tradición cultural

Es la transmisión intergeneracional de costumbres, creencias, modalidades estéticas, normas de conducta, etc., que son expresiones culturales del hombre y caracterizan la vida de un pueblo o una nación, pero a condición de que hayan adquirido una suficiente permanencia.

Este conjunto de saberes y visiones heredados y preservados en el tiempo se expresan a través de costumbres y tradiciones, que se repiten y celebran en una fecha y un modo específicos, para mantener vivo algún sentimiento ancestral en el grupo.

Las tradiciones y costumbres cambian con el paso del tiempo, como resultado de las nuevas experiencias y conocimientos de la sociedad, a causa de sus necesidades de adaptación a la naturaleza y por la influencia de otros grupos sociales con los que establece contacto (Barbara, 2022).

6.3.5 Tipos de cultura

Cultura social

El ser humano es un ser eminentemente social, vive y se desarrolla en una sociedad específica, donde crea una cultura. La cultura social es definida por Newstrom y Davis (1993) como” el medio ambiente social de las creencias creadas por los seres humanos, las costumbres, los conocimientos, y las prácticas que definen la conducta convencional en una sociedad”. Esta conducta convencional aceptada en una sociedad influencia todos los niveles conscientes y subconscientes del pensamiento que influyen en las acciones que un individuo realiza, de conformidad con las expectativas de los demás miembros de esa sociedad (García, 2022).

Cultura Popular

La cultura popular tradicional concibe cambios y alternativas para el beneficio y la calidad de vida de las comunidades. En este sentido en la cultura popular se encuentran sustentados los sentimientos y valores que caracterizan a un grupo, cuya armonía ha trascendido y dejado huellas a través de la historia. Se trata del compartimiento de ideologías, valores, símbolos y convicciones que caracterizan y distinguen a los individuos como un sujeto protagónico en las acciones del cambio cultural.

La cultura popular tradicional constituye una dimensión que revela las aspiraciones históricas de un pueblo en aras de la significación y preservación de las identidades individuales y colectivas, tradiciones, normas, valores sociales, creencias y sobre todo el patrimonio, así como rasgos esenciales que presentan los sistemas culturales (Boullón & Calderon, 2017).

6.3.6 Cultura turística

Se hará énfasis en el término cultura turística ya que es el fundamento principal de la investigación.

La Cultura Turística es el conjunto de conocimientos y valores que adquieren tanto turistas como anfitriones del destino y que, mediante su práctica, más una serie de actitudes y costumbres, se favorece el fomento y el crecimiento de la actividad turística. Implica sobre todo tener el compromiso y respeto por las necesidades de ambas partes: turistas y anfitriones.

«La Cultura Turística tiene su fundamento desde la perspectiva del desarrollo sustentable, concebido como la adecuada administración de los recursos (naturales, materiales, financieros y humanos), de manera que se logre la mayor satisfacción del visitante y el mayor beneficio para la comunidad receptora.»

La cultura turística es el actor principal en el sistema turístico, porque es el vínculo de todos los sub sistemas y orientan el desarrollo del destino turístico (Calderón, entornoturístico, 2017).

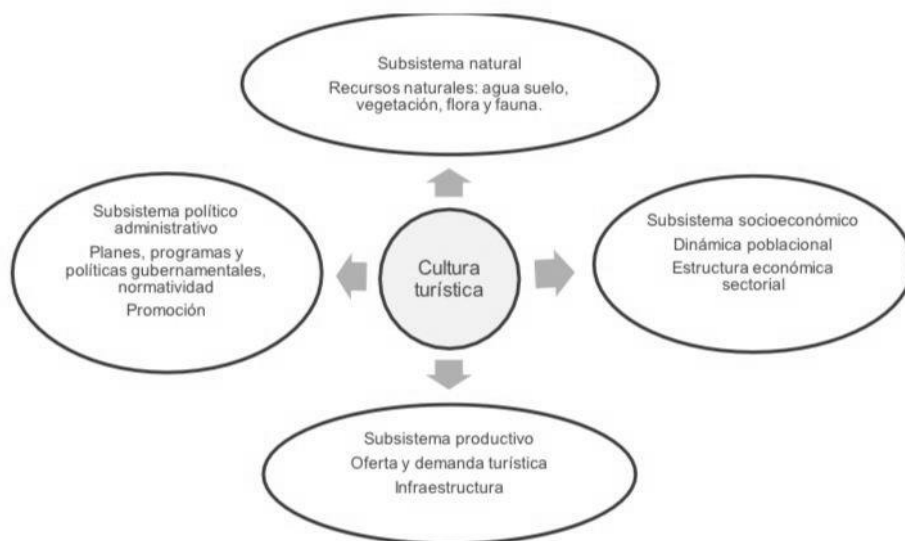


Figure 2 Sistema turístico a partir de la cultura turística

Fuente: Grupos Emagiester

6.3.7 Antecedentes históricos de la cultura turística

Dicha investigación nos habla de los antecedentes históricos de la cultura los cuales son:

- La historia refiere que los antiguos pueblos prehispánicos solían abastecer sus casas para proveer de alimentación y hospedaje a los viajeros, como una muestra de buena acogida y recibimiento, principalmente por el alto aprecio que tenían por los sacerdotes y comerciantes.
- Con el paso del tiempo la actividad turística sea ha desarrollado en diversas formas (turismo de negocio, turismo de salud, turismo alternativo entre otras), modificándose en algunos casos los motivos del viaje o las circunstancias para hacerlo (a caballo, en trineo, en camión, en avión, entre otros).
- La hospitalidad es un concepto que no se perdió a lo largo de la historia, y lejos de esto, se ha convertido en una característica de los pueblos latinoamericanos.
- Encontramos que, en 1964, Don Miguel Alemán Valdés en su libro “15 lecciones de turismo”, abordó por primera vez el concepto Conciencia turística denotando entre otros factores, el carácter personal del turista y del anfitrión, por lo que resulta fundamental dirigir especial importancia a ambas partes.
- En estos postulados se reconoce la necesidad de que los residentes de un destino turístico comprendan la importancia que tienen el turismo para el desarrollo de su localidad y se hace énfasis en la valoración del patrimonio local.
- Diversos autores analizaron este tema y dieron sus propias definiciones sobre la conciencia turística, las cuales coinciden en considerarlas como un estado mental positivo, orientado a la conservación de los bienes y servicios turísticos, y a establecer contacto favorable con su entorno (turistas, vecinos y compañeros de trabajo).

En otras reflexiones se menciona la falta de educación y cortesía, de su honestidad e indiferencia para con el turista. Esto limitaba el concepto de conciencia turística a llamadas

de atención, pues solo se destacó la necesidad de darse cuenta que se estaba actuando mal (Herrera F. , 2014)

6.3.8 Principios de la cultura turística

Algunos principios de la cultura turística:

1. Recibe al visitante con calidez y amabilidad: Es decir que debemos como turismo receptor tratar siempre con buenos hábitos y costumbres al recibir al turista.

2. Trátalo como a ti te gustaría que te traten: Al igual que nosotros recibimos un cierto grupo de turistas con atención y servicio con calidad, nos gustaría que de igual forma se tratara nuestra persona.

3. Ofrece siempre un servicio o apoyo amigable y rápido: Debemos como generadores de turismo proporcionar un servicio inmediato y de calidad siempre al turista.

4. Interésate por capacitarte o estudiar continuamente: la capacitación es constante y en el sector turístico es importante ya que es una industria cambiante y debemos ser innovadores.

5. Conoce tu ciudad o localidad y sus atractivos para que brindes una orientación oportuna y confiable: Cuando se ofrecen servicios, lo principal es conocer lo que se proporciona y se vende al turista: esto llevará a un mayor conocimiento y actitud al ofrecer tus atractivos.

6. Promueve con orgullo los atractivos de tu localidad: Debemos identificar qué atractivos son los que tenemos. Hablar de ellos con propiedad y enorgullecernos de nuestros recursos naturales y culturales.

7. Cuida los parques, monumentos y zonas de interés de tu localidad: Debemos preservar los patrimonios de nuestra ciudad, que serán elementos importantes para ofrecer un turismo cultural y otros.

8. Comenta con tus compañeros, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos: Siempre que nos visiten turistas debemos planificar todo su recorrido desde su transporte hasta su llegada a los sitios y conocer las personas que lo recibirán.

9. No abuses del turista cobrando más o prometiendo lo imposible: Recordemos que nosotros somos también turistas y no nos gustara que se aprovechen de nosotros pues nunca regresaríamos a un lugar que se nos trate de esa manera.

10. Tu mejor cara será siempre una sonrisa: ¡Brinda al Turista una cálida bienvenida! La primera carta de presentación y por lo cual los turistas van a regresar. Un turista no le importará pagar cualquier precio siempre y cuando esté satisfecho, cómodo y sobre todo que lo traten con calidez y respeto (Calderón, entornoturistico, 2017).

6.3.9 Elementos de la cultura turística

Los elementos de la cultura turística son:

- Preparación: En nuestra actividad profesional concreta, preparación que nos mantenga vigentes y actualizados que cada día nos califique más para interactuar con los turistas.
- Servicio: Cordial, eficaz, desinteresado, buscando únicamente la satisfacción del turista y no solamente la propina. Sobre todo, un servicio honesto y profesional.
- Calidad: En todo lo que hagamos, que lo hagamos bien, que garantice la satisfacción de cuantos tengan relación con nuestro trabajo.
- Profesionalismo: En cada una de nuestras intervenciones en el trabajo, que sean el reflejo de que por sencillo o humilde que sea lo que hagamos la calidad y servicio que prestemos sean calificados como óptimos por el turista (Gonzalez, 2017).

6.3.10 Importancia de la cultura turística

Hablar de cultura turística tiene alcances que convergen en lo esencial del turismo: comprende recolectar las características que un lugar con vocación turística debería tener para sostener el peso de albergar todo lo que comprende la aparición del turismo, desde el ámbito social por medio de estrategias para que los residentes tengan resiliencia ante el

turismo y de esta forma atenuar los fenómenos sociales que generalmente aparecen, propiciar el fomento al desarrollo efectivo para los actores involucrados.

Hasta la superestructura turística debe de fomentar que en los destinos turísticos exista una formación profesional capaz de desarrollar personal capacitado en todas las vertientes que el fenómeno turístico genera, como la investigación, la planeación y administración de destinos, los operadores de servicios y productos que, el mercado propicia por medio del turismo y no solamente formar mano de obra para el turismo, hecho que ocurre en muchos destinos y que no permite que los jóvenes profesionistas lugareños puedan tener una participación de mayor importancia en la gestión y aprovechamiento de su misma tierra.

La cultura turística representa la visión de la población hacia las diversas actividades que posee el turismo, siendo esta de gran importancia ya que genera impactos positivos como el desarrollo socioeconómico lo cual es fundamental para el aprovechamiento de la actividad turística (Escobedo, 2020).

En el siguiente esquema se presenta la cadena de beneficio que trae la cultura turística cuando fluyen las acciones que la integran.

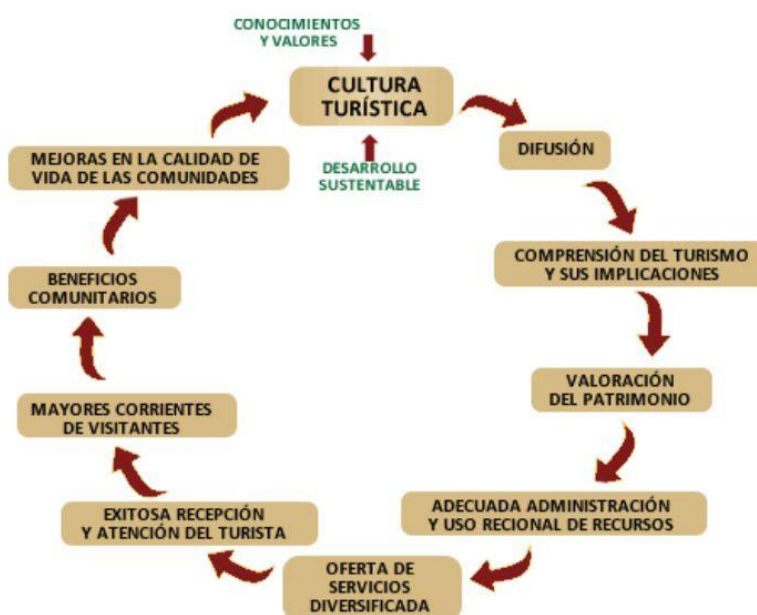


Figure 3 Cadena de beneficio de la cultura turística

Fuente: Grupos Emagiester

6.3.11 Cultura turística en Nicaragua

La cultura de Nicaragua es producto de la mezcla de la identidad indígena (chorotega y náhuatl), con influencias española y africana.

Nuestra historia está intrínsecamente ligada a indígenas y blancos europeos, especialmente españoles, iniciando con ellos la conquista, colonización e independencia. Sin embargo, aún se conservan tradiciones culturales como bailes con distintos ritmos musicales, ciudades coloniales y gastronomía que hacen de este país magnífico.

Nicaragua es multiétnico, multilingüe y pluricultural con cuatro patrimonios de la humanidad declarados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Unesco:

- Ruinas de León Viejo, Patrimonio Cultural de la Humanidad (2000)
- Cultura Garífuna, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (2001)
- Obra El Güegüense, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (2005)
- Catedral de León, Patrimonio Mundial de la Humanidad (2011)

Otros aspectos que nos destacan culturalmente:

Idioma

Dentro de las lenguas de los pueblos indígenas se encuentra el miskito con presencia en ambas regiones, especialmente en el Caribe Norte; el mayangna, seguido está el ulwa que se habla principalmente en la comunidad de Karawala, Caribe Sur; rama es otra lengua indígena presente solamente en la comunidad de Rama Cay, Bluefields, Caribe Sur.

Música

Abarca distintos ritmos musicales como son nica, palo de mayo, punta, polkas, mazurcas, jamaquillos, chicheros, jarabes y sones de marimba, muestra de la gran influencia de los tres orígenes de la nacionalidad.

Existen instrumentos propios como la marimba de arco y el violín de talalate.

Literatura

Somos reconocidos como un país de poetas, destacándose Rubén Darío, padre del modernismo y las letras castellanas, también Salomón de la Selva, Azarias H. Pallas y Alfonso Cortés, conocidos como los tres grandes.

Folclor

Patrimonio cultural intangible de nuestros pueblos, tienen su origen al unir elementos indígenas con españoles.

Tantos saberes populares, conocimientos, uso, costumbres, leyendas, supersticiones, música, canciones, danzas, dichos, refranes, coplas y cantares, tradición oral con sus cuentos, mitos y leyendas están presentes en nuestro día a día

El INTUR y el gobierno de Nicaragua siempre han visto por el bienestar del país logrando así desarrollar el potencial turístico de cada uno de sus destinos, haciéndonos sentir orgullosos de nuestras raíces y mostrando a los demás todo aquello que nos representa.

Nuestra cultura es una de las cosas que más llaman la atención, como se mencionó anteriormente somos un país lleno de historia, destinos naturales, costumbres y tradiciones que nos vuelve maravilloso y único (INTUR).

La cultura es todo aquello que nos representa, lo que nos diferencia de otros pueblos y naciones, es la herencia cultural que nos dejan nuestros ancestros y que en gran manera propicia la forma de ser, actuar y desarrollarnos en el día a día.

La cultura es indispensable en un país ya que nos permite conocer un sin número de expresiones artísticas que con el paso de los años se han convertido en elementos de crecimiento económico, de vida intelectual, afectiva, moral y espiritual.

6.4 Oferta y demanda

6.4.1 Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente (Pedrosa, 2015).

6.4.2 Oferta turística

La oferta turística es aquella que está constituida por una agrupación de bienes, servicios, infraestructura y recursos, organizados de manera tal que permitan satisfacer la demanda de los visitantes. Los elementos deben estar engranados, para ofrecer al viajero una visión armónica del recurso que se desea promocionar (Corvo H. S., 2021).

6.4.3 Características de la oferta turística

Están conformados por todos aquellos elementos naturales o culturales que, en función de su atractivo, influyen positivamente en el visitante para que escoja ese lugar como su destino turístico

Los recursos turísticos están por atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.

Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: nieve, playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente (Corvo H. , 2021).

Cabe destacar que la oferta turística es de suma importancia ya que esto influye a la hora de buscar viajes: se desean experiencias únicas, vivencias auténticas, descubrir otras formas de ocio, actividades que despierten los sentidos y es por ello, que hay que permanecer atentos a las tendencias, así como impulsar la creatividad en los destinos.

6.4.4 Demanda

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos. (Intermark, 2019)

6.4.5 Demanda turística

En turismo el concepto de demanda comprende a los individuos cuyas necesidades incluyen el “consumo” y la experiencia de lugares. Los turistas compran *souvenirs* y ropa y utilizan servicios, tales como medios de hospedaje y parques de diversiones. Pero su motivación principal suele recaer en el destino turístico en sí. El consumo de lugares turísticos se manifiesta como una experiencia subjetiva del turista.

La demanda turística es, por tanto, el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegada o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos. (turístico, 2018)

6.4.6 Características de la demanda turística

Dependiendo de la cultura es como se determina la demanda turística, es decir, cambia en el tiempo y en él, en función de factores sociales, económicos, políticos o culturales, está relacionada con lugares o puntos de interés individuales.

La demanda es elástica a los cambios económicos del mercado, si los precios en un destino de viaje aumentan considerablemente, la afluencia de turistas disminuye o se dirige a otro

destino. Es sensible e inestable a las condiciones sociopolíticas de los países como guerras, huelgas, entre otros conflictos, ya que inhibe a los turistas a visitar un lugar. La demanda está condicionada también por la estacionalidad (factores climáticos u otros influenciados), por deficientes sistemas de comercialización que producen desajustes tanto en la demanda como en la oferta o por el tipo de cambio monetario que existe entre los países.

Por último, el financiamiento de los viajes por parte de instituciones de crédito u otras, ha permitido a las personas ir de vacaciones con mayor frecuencia o realizar gastos mayores.

En los últimos años, la investigación turística se ha enfocado al análisis de los factores que intervienen en el proceso de la toma de decisiones para viajar. La Organización Mundial de Turismo, ha contribuido con algunos estudios que muestran que dichos factores responden a las necesidades, los deseos o a las expectativas de los turistas; sin embargo, no siempre estas razones son compatibles entre sí.



Figure 4 Características de la demanda turística

Tomada del documento Administración de empresas turísticas online

6.5 Estrategias para la promoción turística

6.5.1 Definición de estrategias

La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos.

Es decir, la estrategia es un plan mediante el cual se busca lograr una meta. Esto puede ser aplicado en diversos ámbitos como el militar o el empresarial.

Cabe señalar que la estrategia se diferencia de la táctica en que esta última es una medida más concreta. Así, la estrategia es el proceso planteado, mientras que la táctica es la manera en la que se va a ejecutar (Guillermo, 2020).

6.5.2 Tipos de estrategias

En el ámbito económico y empresarial, se puede utilizar el término estrategia en los siguientes conceptos:

- **Estrategia empresarial:** Es una metodología que busca alcanzar un objetivo por medio de un plan de acción que se descompone en objetivos estratégicos para cada área funcional de la organización.
- **Estrategia de negocio:** Es la planificación por parte de una empresa de cara a la consecución de objetivos previamente establecidos. Se centra en el posicionamiento en el mercado y en la obtención de beneficios. En cambio, la estrategia empresarial es más amplia y abarca todas las áreas de la compañía, pudiendo ser aquella orientada a lograr un mejor clima laboral, por ejemplo.
- **Estrategia de marketing:** Es el plan de acción dispuesto para lograr el objetivo comercial, ya sea aumentar las ventas o la participación en el mercado. Tenemos, por ejemplo, la estrategia push y la estrategia pull.

- **Estrategia de inversión:** Son los lineamientos que el inversionista va a seguir al momento de armar su portafolio. Por ejemplo, puede ser que decida destinar un 50% a instrumentos de renta fija y el otro 50% a renta variable (Guillermo, 2020).

6.5.3 Estrategias turísticas

«La implementación de estrategias en el sector turístico es un proceso continuo vital de planificación estratégica, táctica y una delegación adecuada de tareas acompañada de mecanismos de evaluación y monitoreo que garantice una ejecución efectiva y eficiente de estas.»

En un mundo globalizado tan dinámico, ya sea para bien o para mal (como la situación generada por la pandemia del COVID-19), es imperativo que el sector turístico tome especial consideración a la planeación e implementación de estrategias que les permita prepararse y anticiparse ante estos escenarios de gran trascendencia su subsistencia. En tal contexto, una correcta planeación e implementación estratégica se torna un aspecto fundamental, ya que esta le permite descubrir y aprovechar nuevas oportunidades que se presenten en el entorno y mitigar posibles impactos negativos en un corto, mediano y largo plazo.

“Hay que tener visión estratégica 24/7 los 365 días del año. Estoy convencido de que una estrategia, más que generar oportunidades, debe de tener la capacidad, adaptabilidad y resiliencia para convertir desafíos en oportunidades de gran potencial para el desarrollo económico, social y medioambiental de cualquier destino o empresa turística”.

Para la correcta implementación de cualquier estrategia en el sector turístico, inicialmente, es necesario hacer un trabajo de planeación estratégica riguroso que permita ordenar sistemáticamente el futuro de las organizaciones y destinos turísticos. Por ello, deben identificar posibles líneas estratégicas que les permitan encauzar el comportamiento de todos los miembros de la organización hacia un horizonte y visión compartida, con el fin de que puedan competir dentro de un entorno altamente competitivo, cambiante y digital. En tal perspectiva, durante el proceso de planeación estratégica es necesario desarrollar, de preferencia, un modelo de planificación que les permita seguir paso a paso la formulación de las estrategias y su correcta implementación (Mena, 2021).

6.5.4 Marketing turístico

Podemos definir de muchas maneras lo que son las estrategias de marketing turístico. De hecho, puedes encontrar en internet numerosas definiciones, pero básicamente todas dicen lo mismo.

“Se consideran estrategias de marketing turístico a todos aquellos modelos u hojas de ruta que aplicamos en nuestros proyectos relacionados con el turismo y que nos sirve para alcanzar objetivos que contribuyen a hacer crecer nuestra empresa”

Cada empresa deberá acometer el trabajo de definir sus propias estrategias de marketing turístico según su situación y recursos, por lo que nunca serán las mismas para unas que para otras.

Cada estrategia fijada y planificada para nuestro proyecto de turismo, debe seguir un camino que sirva de guía y que resulta imprescindible si lo que queremos es tener éxito en nuestro empeño (Cajal, 2021).

6.5.5 Importancia del marketing turístico para la promoción territorial

“Cualquier lugar del mundo puede explotarse desde un punto de vista turístico, siempre que cuente con las adecuadas estrategias de marketing”

El marketing en el turismo ayuda a ser más competitivo y a encontrar nuevas y mejores estrategias de mercado. También permite identificar las necesidades de los clientes con el fin de conseguir una rentabilidad y una larga duración con ellos. Además, la publicidad es muy positiva cosa que favorece a la empresa turística.

Gracias a los avances tecnológicos y a la innovación de los negocios, viajar se ha vuelto cada vez más viable. Por esa razón, se aconseja que el sector turístico esté constantemente actualizado y aproveche cualquier oportunidad de negocio.

El objetivo principal del marketing turístico es la venta de un producto o de un servicio turístico. Sin embargo, existen finalidades secundarias que sirven para impulsar el proceso de compra. Por ejemplo, se busca impulsar la reputación y aumentar la visibilidad de un

destino o servicio. También es importante mostrar una empresa transparente y aportar confianza y fidelidad (Cajal, 2021).

7. Supuesto de investigación

Las estrategias elaboradas a partir de la cultura turística podrían causar un mayor desarrollo turístico en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.

Variable Independiente: cultura turística.

Variable Dependiente: desarrollo turístico.

8. Matriz de operacionalización de variables

Objetivo	Variable	Conceptualización	Subvariable	Indicadores	Técnica	Ítems	Fuentes de información
Identificar el potencial turístico con el que cuenta el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.	Potencial turístico	El potencial turístico ha sido definido como la suma de posibilidades que el ambiente natural y social pone a disposición de las actividades turísticas. (Torrez, 2016)	Recursos naturales	Flora y fauna. Renovables y no renovables. Cuido y protección.	Entrevista	1.¿Cuáles son los recursos naturales con los que cuenta el municipio Dipilto y como están siendo potencializados?	Delegado del Intur Responsables de la cultura del municipio
			Recursos culturales	Tangibles e intangibles. Costumbres, tradiciones, creencias, etc. Historia y arte.	Entrevista	2.¿Cuáles son los recursos renovables y no renovables que posee el Municipio Dipilto? 3.¿Cómo son cuidados y preservados los recursos renovables y no renovables por los pobladores del Municipio? 4.¿Qué tipos de costumbres y	

						<p>tradiciones posee el Municipio de Dipilto y como son estas materializadas y preservadas por los pobladores?</p> <p>5.¿A través de qué medios dan a conocer los atractivos que posee el Municipio de Dipilto?</p> <p>6.¿Cuentan con un plan de desarrollo turístico a través de la cultura turística?</p> <p>7.¿Con qué frecuencia capacitan a los prestadores de servicio para el desarrollo del turismo en el Municipio?</p> <p>8.¿Qué planes se tienen a futuro para el crecimiento turístico del Municipio?</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--

<p>Describir la oferta y demanda existente en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.</p>	<p>Oferta y demanda turística.</p>	<p>Oferta turística: se define oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tiene por objetivo permitir, facilitar, y proporcionar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para ser usado o consumido por los turistas (P., 2013)</p> <p>Demanda turística: Se define al conjunto de turistas que de forma individual colectiva están motivados por una serie de productos o</p>	<p>Productos y servicios.</p>	<p>Calidad de los productos.</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Diversificación de productos y servicios.</p>	<p>Entrevista</p>	<p>1.¿En qué tipo de empresa turística labora actualmente?</p> <p>2.¿Qué tipo de turistas visitan su negocio y que tanta afluencia ha tenido en el último año?</p> <p>3.¿Tuvo que cerrar su negocio en algún momento? ¿Cuáles fueron sus principales causas?</p> <p>4.¿Considera que su oferta es adecuada ante la demanda de visitantes?</p> <p>5.¿Ha participado en capacitaciones sobre oferta y demanda turística y como le ha aportado a la mejorara de su negocio?</p>	<p>Prestadores de servicios del sector turístico y hotelero.</p>
			<p>Gustos y necesidades.</p>	<p>Tipos de intereses.</p> <p>Edad del turista.</p> <p>Nivel económico</p>	<p>Entrevista</p>		

		servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicas, la definimos como la cantidad de productos turísticos que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado a un precio determinado (P., 2013).				<p>6.¿En su establecimiento turístico usted cuenta con un departamento de Marketing y Publicidad? ¿Podría compartimos cómo funciona?</p> <p>7.¿En su establecimiento turístico cuenta con algunos de los sellos de calidad y cuales han sido sus beneficios? Si no cuenta con ningún sello ¿A usted le interesaría optar por uno ellos?</p> <p>8.¿Cree usted que es importante un plan de estrategias para el desarrollo de su empresa? ¿Por qué?</p>	
Determinar el nivel de cultura turística que poseen los	Cultura Turística	La Cultura Turística es el conjunto de conocimientos y	Identidad cultural	Conocimientos Valores Actitudes	Encuesta	1.¿Cuánto tiempo tiene de residir en Dipilto?	Pobladores del Municipio

pobladores y su relación con el desarrollo del turismo en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.	Desarrollo del turismo	valores que adquieren tanto turistas como anfitriones del destino y que mediante su práctica, más una serie de actitudes y costumbres, se favorece el fomento y el crecimiento de la actividad turística. Implica sobre todo tener el compromiso y respeto por las necesidades de ambas partes: turistas y anfitriones. (Calderón, entornoturístico, 2017) El desarrollo turístico se refiere a la creación y el mantenimiento de una industria turística dentro de un lugar en particular, cuenta factores como la sostenibilidad ambiental, cultural y económica. (REVFINE, 2022)	Tradición Cultural	Creencias Costumbres Símbolos	Encuesta	1 - 3 años 5 – 10 años Más años 2. ¿A qué se dedica? Maestro Estudiante Emprendimiento Vendedores locales Otros 3. Para usted un turista es: Visitante temporal Personas de otros países Personas que viajan fuera de su entorno habitual Todas las anteriores 4. ¿Muestra usted amabilidad y cordialidad con el turista?	Dipilto Nueva Segovia.
			Calidad de los servicios		Encuesta		
			Desarrollo socioeconómico Desarrollo Local	Generación de empleo Crecimiento de la economía Calidad de vida	Encuesta		

				Calidad ambiental		<p>Si No</p> <p>5.¿Recomendaría usted los lugares turísticos del Municipio al visitante?</p> <p>Si No</p> <p>6.¿Qué lugares turísticos recomendaría:</p> <p>Santuario Virgen de la piedra Finca La Guadalupana Mirador la Coquimba Mirador Linda vista Mirador La torre Restaurantes y piscinas</p> <p>7.¿Ha escuchado hablar sobre el termino Cultura Turística?</p> <p>Si No</p>	
--	--	--	--	-------------------	--	--	--

						<p>8. Para usted la cultura turística es:</p> <p>Conocimientos Valores y actitudes Raíces que nos representan Calidad en los servicios No tengo conocimientos sobre el tema</p> <p>9. ¿Para usted es importante poner en práctica la cultura turística?</p> <p>Si No Tal vez</p> <p>10. ¿Usted participaría en campañas de fortalecimiento de la cultura turística en su localidad?</p> <p>Si No</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>11.¿Considera que la cultura turística ayuda al desarrollo del turismo?</p> <p>Si No Tal vez</p> <p>12.¿Cree usted que se están aprovechando los atractivos turísticos del Municipio?</p> <p>Si No</p> <p>13.¿Se encuentran en buen estado de conservación los atractivos turísticos del Municipio?</p> <p>Si No</p> <p>14.¿Actualmente conoce de alguna estrategia para desarrollar el turismo en el Municipio?</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--

						<p>Si No</p> <p>15.Cree usted que a través del desarrollo del turismo en el Municipio se obtendrán beneficios como:</p> <p>Crecimiento económico Generación de empleo Valoración de los recursos naturales y culturales Todas las anteriores</p> <p>16.¿Cree usted que la población debería ser participe en el desarrollo del municipio en cuanto a cultura turística se refiere?</p> <p>Si No</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--

Elaborar estrategias para el desarrollo del turismo a través de la cultura turística en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia	Desarrollo del turismo	La implementación de estrategias en el sector turístico es un proceso continuo vital de planificación estratégica, táctica y una delegación adecuada de tareas acompañada de mecanismos de evaluación y monitoreo que garantice una ejecución efectiva y eficiente de estas (Mena, 2021).	Estrategias Turísticas de las empresas.	Redes sociales TV Radio	Entrevista	¿En su establecimiento turístico usted cuenta con un departamento de Marketing y Publicidad? ¿Podría compartírnos cómo funciona? ¿A través de qué medios se da a conocer? ¿En su establecimiento turístico cuenta con algunos de los sellos de calidad y cuales han sido sus beneficios? Si no cuenta	Prestadores de servicios
			Capacitaciones y seguimiento a Mipymes	Herramientas Talleres Fortalecimiento de las capacidades	Entrevista		
			Certificaciones de sellos de calidad (Moderniza) para los establecimientos turísticos.	Gestión de calidad	Entrevista		

						<p>con ningún sello ¿A usted le interesaría optar por uno ellos?</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

¿Cree usted
que es
importante un
plan de
estrategias para
el desarrollo de
su empresa?
¿Por qué?

9. Diseño metodológico

9.1 Enfoque filosófico de la investigación

De acuerdo al tema de investigación “La cultura turística para el desarrollo del turismo en el Municipio Dipilto, departamento Nueva Segovia” se puede definir que el presente estudio es de tipo mixta.

La investigación mixta es una metodología de investigación que consiste en recopilar, analizar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa. Este enfoque se utiliza cuando se requiere una mejor comprensión del problema de investigación, y que no se podría dar cada uno de estos métodos por separado.

Los datos cuantitativos incluyen información cerrada como la que se utiliza para medir actitudes, por ejemplo, escalas de puntuación. El análisis de este tipo de datos consiste en analizar estadísticamente las puntuaciones recopiladas, por ejemplo, a través de encuestas, para responder a las preguntas de investigación o probar las hipótesis.

Los datos cualitativos son información abierta que el investigador suele recopilar mediante entrevistas, grupos de discusión y observaciones. El análisis de los datos cualitativos (palabras, textos o comportamientos) suele consistir en separarlos por categorías para conocer la diversidad de ideas reunidas durante la recopilación de datos.

Al realizar una investigación mixta, tanto de datos cuantitativos y cualitativos, el investigador gana amplitud y profundidad en la comprensión y corroboración, a la vez que compensa las debilidades inherentes del uso de cada enfoque por separado.

Este diseño de investigación está enfocado en el significado y la observación de un fenómeno en el entorno natural. Se trata de datos que son difíciles de cuantificar. No rechaza cifras o estadísticas, pero simplemente no les da el primer lugar.

Es importante que para comprender y/o explicar el comportamiento, las motivaciones y características de un grupo poblacional, se requiere realizar este tipo de estudio de manera cualitativa el cual nos permitirá adquirir un conocimiento profundo a través del análisis de la información recopilada (Ortega, 2020).

9.2 Paradigma

El paradigma interpretativo emerge como: "...alternativa al paradigma racionalista, puesto que en las disciplinas de ámbito social existen diferentes problemáticas, cuestiones y restricciones que no se pueden explicar ni comprender en toda su extensión desde la metodología cuantitativa. Estos nuevos planteamientos proceden fundamentalmente de la antropología, la etnografía, el interaccionismo simbólico, etc. Varias perspectivas y corrientes han contribuido al desarrollo de esta nueva era, cuyos presupuestos coinciden en lo que se ha llamado paradigma hermenéutico, interpretativo -simbólico o fenomenológico (Martínez, 2013).

En la presente investigación se destina que es paradigma interpretativo ya que estudia las situaciones ubicándolas en el mundo real, se centra en los detalles de los datos para descubrir las categorías, dimensiones e interrelaciones. Asimismo, estudia un fenómeno en su totalidad y se centra en la descripción detallada de variables en las que se captan las experiencias y perspectivas personales e individuales.

9.3 Tipo de investigación

9.3.1 Según su aplicabilidad

Citando a (Arias, 2020) la presente investigación es aplicada ya que esta tiene como objetivo resolver situaciones que se presentan en la realidad, su enfoque es claro, analiza y estudia problemas para encontrar soluciones. Su fin es crear nuevo conocimiento que mejore la vida de las personas, los procesos productivos de las empresas o la prestación de servicios públicos y privados.

Partiendo del propósito central del tema de investigación el cual es lograr el desarrollo del turismo a través de la cultura turística, se pretende elaborar estrategias que ayuden a la mejora en la calidad de servicios turísticos en el Municipio Dipilto, Departamento de nueva Segovia.

9.3.2 Según su alcance

Desde el punto de vista de (Morales, 2020) la investigación es de tipo descriptiva, como su nombre lo indica este tipo de investigación busca explicar de manera clara y exacta los hechos que ocurren en un determinado tiempo y espacio; se manifiesta que la investigación descriptiva “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente”.

El objetivo de la presente investigación es analizar a detalle la cultura turística para el desarrollo del turismo en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia, elaborando así estrategias las cuales se convertirán en herramientas útiles para el desarrollo socioeconómico y cultural de dicho Municipio.

9.3.3 Según el tiempo

La presente investigación según el tiempo es transversal ya que es un estudio observacional en el que los datos se recopilan para estudiar una población en un solo punto en el tiempo y para examinar la relación entre variables de interés. Cabe destacar que el investigador registra información sobre los participantes sin cambiar nada ni manipular el entorno natural en el que existen.

Esta investigación es de corte transversal ya que se realizará en el segundo semestre del año 2022 en el Municipio de Dipilto, Departamento Nueva Segovia.

9.4 Área de estudio

Área de conocimiento

Área: Ciencias económicas y administrativas

Sub área: Administración Turística y Hotelera

Línea 1:

Gestión, planificación y desarrollo de turismo.

Sub línea:

Innovación y emprendimiento turístico.

9.4.1 Descripción del área de estudio

Macro localización:

(municipal, 2021) Dipilto, departamento Nueva Segovia, se localiza a 239 km de la ciudad de Managua, limita al norte con la República de Honduras, al sur con Ocotal, al este con Mozonte y al oeste con Macuelizo.



**Figure 5 Mapa Departamento Nueva Segovia, Nicaragua
Capturada de la página web Mapa Nacional de Turismo**

Micro localización:

(INTUR, Mapa nacional de turismo) Este municipio fue fundado en 1942 y pasó a ser parte del departamento de Nueva Segovia en 1989.

Dipilto es un pueblo muy pintoresco y con clima fresco, conocido en todo el país por su Santuario Nacional de la Virgen de la Piedra, y su emblema “Con olor a pino, sabor a café y gente de fe”. Se caracteriza por sus bosques de pinos, ideal para hacer senderismo y aventurarse a conocer un mundo natural dotado de bellos paisajes y envuelto también en la tradición cultural de los pobladores.

En el municipio se encuentra el puesto fronterizo de Las Manos, que une a Nicaragua con el vecino país de Honduras y por el cual transitan autobuses internacionales, transporte colectivo local y transporte comercial.



Figure 6 Mapa Municipio Dipilto

Capturada de la página web Mapa Nacional de Turismo

9.5 Población

(Lugo, 2014) Población se refiere al universo, conjunto o totalidad de elementos sobre los que se investiga o hacen estudios, analiza los datos recabados referentes a las características comunes que comparten los elementos con diversos propósitos; se puede clasificar según la cantidad de individuos que la conforman y posee variables estadísticas.

Referente a la investigación la población está compuesta por los habitantes del Municipio de Dipilto, Departamento Nueva Segovia.

Aproximadamente dicho municipio cuenta con 5,000 habitantes dato brindado en el último informe nacional.

9.6 Muestra

(Lugo, 2014) Muestra es una parte o subconjunto de elementos que se seleccionan previamente de una población para realizar un estudio, analizar el comportamiento, características, gustos o propiedades de una parte representativa de la población.

La muestra que conforma esta investigación está integrada por los dueños de establecimientos turísticos de Dipilto, así como las autoridades representantes como el INTUR y la Alcaldía Municipal y los pobladores locales de este destino.

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 p q}{e^2}$$

$z = 2.33 \rightarrow 98\%$ de probabilidad

$p = 0.50$

$q = 0.50$

$e = 0.08$

$n = \frac{2.17^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.08}$

0.08

$n = 212$ encuestas

9.7 Métodos empíricos

Los métodos que utilizaremos en la presente investigación serán:

9.7.1 Encuesta:

(Terreros, 2021) Define una encuesta como un método de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas. La mayoría de las encuestas se realizan con la intención de hacer suposiciones sobre una población, grupo referencial o muestra representativa.

Se realizó una encuesta, diseñada para los pobladores de Dipilto, Departamento Nueva Segovia, con preguntas claves para dar salida a nuestro objetivo de analizar la cultura turística para el desarrollo del turismo en dicho Municipio.

9.7.2 Entrevista:

Según (Cordova, 2020) la entrevista es un diálogo entre dos o más personas que ocupan distintos enfoques en el intercambio de información. Son herramientas prácticas para investigar, analizar e informar sobre un asunto determinado.

El entrevistador es quien realiza los cuestionamientos y dirige el rumbo de la conversación, mientras que el entrevistado se encarga de responder cada interrogante en cuestión.

Mediante la aplicación de dos entrevistas dirigidas a los prestadores de servicios y autoridades municipales conoceremos la Oferta y Demanda existente en el Municipio, así como lo que podría implementarse para complementar los servicios turísticos del lugar.

9.8 Etapas de la investigación

9.8.1 Primera etapa de la investigación:

La presente investigación pretende analizar la cultura turística que posee el municipio de Dipilto, las pautas que la conforman, la apropiación del turismo en los habitantes de la zona, así como saber el desarrollo de los destinos y la posibilidad de aperturar nuevas opciones de ocio.

Cabe mencionar que no se encuentran documentos de cultura turística propios del país, por ende, se consideró de suma importancia realizar un estudio enfocado en el análisis de la cultura turística para el desarrollo del turismo del Municipio Dipilto.

Esta investigación tiene como base un sustento teórico construido a través de la recopilación de información basada en tesis virtuales, documentos de la web y una guía de observación previa en la localidad.

9.8.2 Segunda etapa de la investigación: Elaboración de los instrumentos

En la presente investigación se hizo uso de dos instrumentos esenciales para la recopilación de información fundamental los cuales son entrevistas y encuestas.

Las entrevistas estarán dirigidas a las autoridades municipales y prestadores de servicios turísticos en el municipio para así conocer la oferta y demanda existente y las estrategias para el desarrollo del turismo; teniendo en cuenta estos dos pilares fundamentales que trabajan directamente en la actividad turística se pretende interconectar ambos sectores para brindar el mejoramiento y la calidad de los servicios.

9.8.3 Tercera etapa de la investigación: Trabajo en el campo

Primeramente, se agenda las entrevistas con las autoridades municipales y el INTUR Nueva Segovia. Se utilizaron herramientas como: computadoras, dispositivos móviles y libretas de apuntes para realizar las entrevistas de manera adecuada y ordenada.

Estas entrevistas fueron fundamentales e indispensables para conocer la situación actual del Municipio Dipilto en cuanto a cultura turística se refiere.

Para la aplicación de las encuestas se otorgó la autorización por parte de la Alcaldía Municipal de Dipilto, la cual fue realizada a través de un formulario virtual dirigido a la población en general.

Siendo estas de gran relevancia para determinar los conocimientos con los que cuenta la población.

9.8.4 Cuarta etapa de la investigación: Procesamiento y análisis de datos




Se elaboró un informe final donde fue incluida la información teórica y estadística, así como los instrumentos utilizados los cuales dieron paso a la elaboración de estrategias turísticas para lograr la mejora de la calidad de los servicios en el Municipio Dipilto.

10. Análisis de resultados

El presente acápite da respuesta a los objetivos planteados en la investigación, así mismo presenta la recopilación de información, análisis y resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a la población del municipio Dipilto y de las entrevistas realizadas al representante de INTUR, Nueva Segovia y Encargado de planificación de proyectos, Alcaldía Municipal de Dipilto.

Objetivo 1: Identificar el potencial turístico con el que cuenta el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.

Atractivo	Descripción	Imagen
-----------	-------------	--------

<p>El Santuario Virgen de la Piedra</p>	<p>El cual es hoy en día el principal destino turístico que llama la atención de visitantes nacionales y extranjeros. Las actividades en conmemoración a esta celebración a la virgen se realizan del 9 al 12 de diciembre en donde se puede ver el derroche de costumbres y tradiciones que identifican y distinguen a los pobladores de Dipilto.</p>	
<p>La koquimba Parque ecológico municipal</p>	<p>Es un área boscosa al sur oeste del pintoresco poblado de Dipilto nuevo, es declarado parque ecológico municipal a través de un certificado otorgado por MARENA. Inmensas bellezas escénicas en los cuatro puntos cardinales desde el mirador, ubicado a más de un mil, cuatrocientos metros de altura, esta área es de alto valor turístico en armonía con la naturaleza.</p>	
<p>Mirador Linda Vista</p>	<p>Desde él se puede apreciar la ciudad, las cordilleras de sus alrededores y panorámicas naturales espectaculares, además es ideal para practicar ciclismo, caminatas al aire libre y senderismo.</p>	

Mirador El Perote

Tiene diferentes opciones de relajación, vistas paisajísticas, caminatas al aire libre, ciclismo y senderismo.



Río Dipilto

Este recurso hídrico con sus pinares de galería que bordean el curso de sus aguas y drenajes naturales, es un lugar atractivo para excursiones.



Cooperativa
“Manos mágicas”

Está integrada por mujeres asociadas que convierten las agujetas de hojas de Pino en objetos artesanales, de esa minuciosa labor surgen productos utilitarios y decorativos como cestería, floreros, centros de mesa, joyero, aretes, pulseras y collares.




Finca “Buenos Aires”	Obtuvo un lugar en la taza de excelencia del café, en años anteriores dicha finca ofrecía tours vivenciales sobre la producción y el proceso del café.	
----------------------	--	---

Tabla 1 Atractivos turísticos

Se realizó una entrevista de aproximadamente 1 hora y 10 minutos al representante de INTUR Nueva Segovia, donde se habló del potencial turístico con el que cuenta el municipio de Dipilto en el cual anteriormente se ha descrito en dicha tabla, este municipio posee diversidad de atractivos naturales y culturales donde destaca la cordillera de pinos provenientes de Canadá.

Dipilto realiza peregrinaciones, ferias gastronómicas, danzas, homenajes y muchas más actividades que visten de gala al municipio.

En conclusión, el Municipio Dipilto cuenta con alto potencial turístico que podría ser potencializado a través de una buena gestión estratégica donde se involucre tanto la población como empresarios y autoridades municipales.

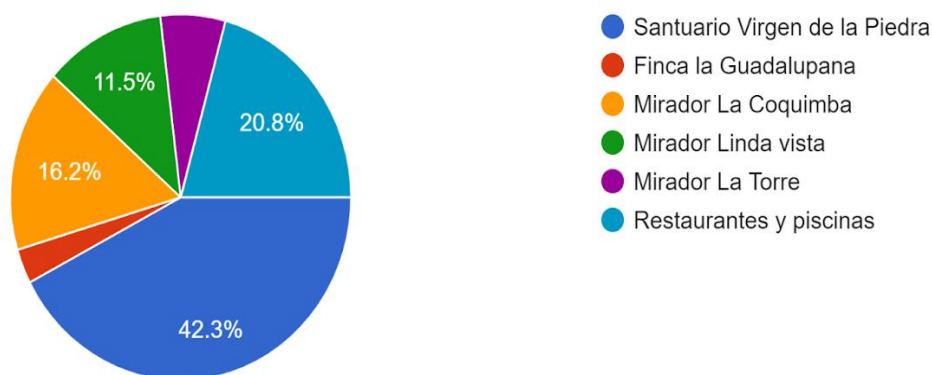
Objetivo 2: Describir la oferta y demanda existente en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.

El municipio de Dipilto ofrece la siguiente oferta turística: Centros recreativos como Yamboos, El Macizo, Pinar del Rio Dipilto y Santuario Virgen de la piedra, los que son hoy en día los principales sitios que visitan los turistas.

Se realizó una encuesta a los pobladores de dicho municipio donde la mayor demanda se ve reflejada en el Santuario Virgen de la piedra con un 42.3% y en los Restaurantes y piscinas con un 20.8%. Seguido de los demás atractivos como El Mirador La Coquimba con 16.2% y Mirador Linda Vista con 11.5%.

Qué lugares turísticos recomendaría:

130 respuestas



Como se puede observar hay una demanda en los establecimientos turísticos existentes en el municipio Dipilto.

Más, sin embargo, aún hay aspectos a mejorar para así cubrir una demanda más completa, con esto se puede hacer referencia a la ausencia de hoteles y hostales por lo cual los turistas que visitan este destino no pernoctan en él, es por ello que al final de realizar cualquier actividad turística se van a las ciudades aleñadas para alojarse.

A través de la entrevista realizada al representante de la Alcaldía Municipal se conocieron datos sobre un porcentaje de demanda insatisfecha tanto de turistas nacionales y extranjeros los cuales expresaron que les gustaría que el municipio contara con hoteles y hostales para poder alojarse en ellos y disfrutar de la paz y tranquilidad que ofrece este municipio.

Así mismo les gustaría realizar actividades como tours por las serranías de pino y cuencas de agua con guías especializados que puedan brindar una experiencia satisfactoria a las personas que les gusta incursionar en estas actividades al aire libre.

De la misma manera contar con las señalizaciones necesarias para poder llegar hasta los lugares a visitar y la seguridad para transitar en ellos.

Como último, pero no menos importante los turistas recomiendan la implementación de cafeterías en donde puedan degustar del café de la zona ya que es uno de los principales productos en los que se destaca.

Una vez dicho todo esto se recalca que hay todavía un porcentaje de demanda la cual tiene que cubrirse mediante la participación de todos los agentes involucrados en la actividad turística de la zona

A continuación, tabla representativa de la oferta turística municipio Dipilto:

Establecimiento turístico	Oferta turística	Imagen
<p>Centro recreativo Pinar del Río</p>	<p>Cuenta con servicio de alimentación, piscina, juegos recreativos, un ambiente natural y agradable para el disfrute de la familia.</p>	
<p>Restaurante Yambos</p>	<p>Cuenta con amplio local para la realización de eventos, variedad de platillos y piscina.</p>	

<p>Parador turístico El Macizo</p>	<p>Cuenta con servicio de alimentación, juegos recreativos, variedad de platillos nacionales y extranjeros y con un ambiente fresco y natural.</p>	
<p>Restaurante Macdouglas</p>	<p>Cuenta con servicio de alimentación, variedad de platillos, una gran vista y clima fresco.</p>	

Tabla 2 oferta turística

Objetivo 3: Determinar el nivel de cultura turística que poseen los pobladores y su relación con el desarrollo del turismo en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.

Mediante una encuesta aplicada a los pobladores se determinó el nivel de cultura turística que posee cada uno de ellos y la importancia que le dan al desarrollo del turismo en la localidad.

Partiendo de las siguientes preguntas claves, se obtuvieron los siguientes resultados:

Para usted un turista es:

130 respuestas



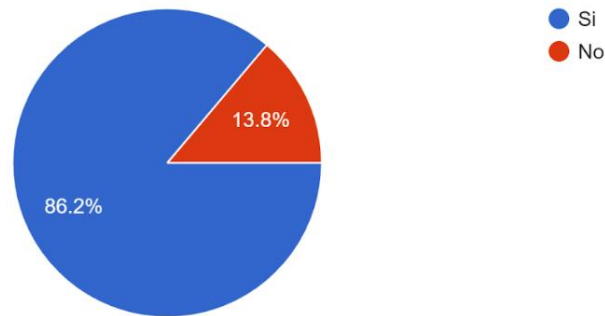
Como se observa la mayoría de la población refleja tener conocimientos del termino turista, haciendo referencia a un 37.7% que hace valido a todos los conceptos que se presentan en el cuestionario.

Asimismo, las investigadoras observaron el reconocimiento y la interacción entre los turistas y los pobladores, donde estos se ven receptivos ante la presencia y/o visita de ellos. Se observó la disponibilidad de colaborar, la calidez y la amabilidad con que reciben a los turistas; dichas características que representan a los habitantes del municipio y que con naturalidad ofrecen un servicio y apoyo amigable.

Referente al término cultura turística:

¿Ha escuchado hablar sobre el término cultura turística?

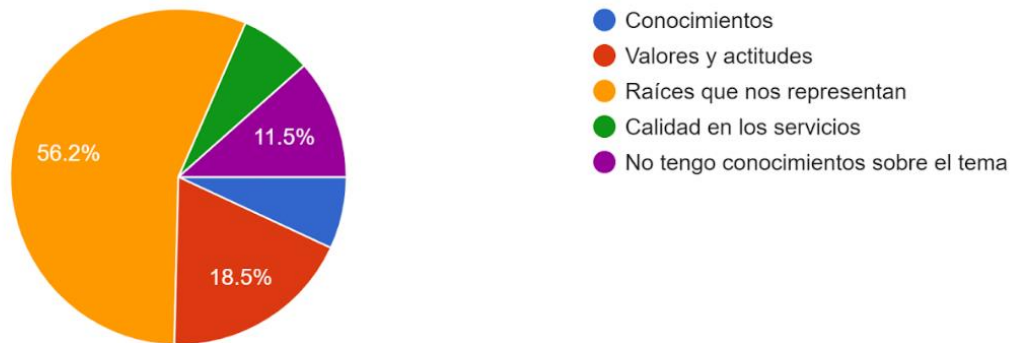
130 respuestas



El grafico representa un 86.2% de la población que tiene conocimiento sobre el termino cultura turística, sin embargo, se refleja un 13.8% de desconocimiento en los habitantes del municipio lo cual puede llegar a ser un factor negativo para el desarrollo de las actividades turísticas.

Para usted la cultura turística es:

130 respuestas



El 56.2% de la población ha reflejado en la presente grafica que para ellos cultura turística son las raíces que nos representan siendo este el más acertado, el 18.5% de la población

difiere que son los valores y actitudes que posee cada persona y el 11.5% expresa no tener conocimiento sobre el tema.

Se observaron características propias de la cultura turística en los pobladores los cuales se muestran dispuestos a brindar direcciones, compartir costumbres y tradiciones, la sencillez y humildad del pueblo, sus actividades conmemorativas, sus valores y raíces que los representan.

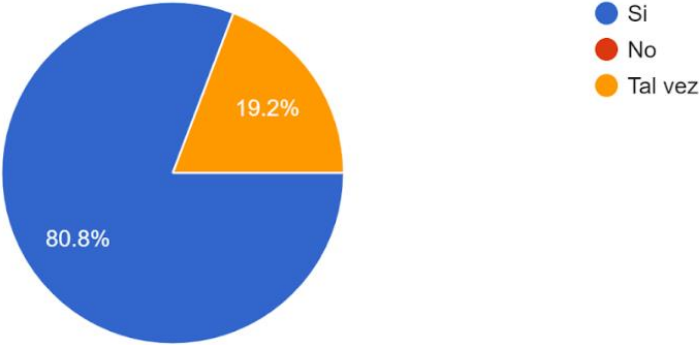
En referencia a los prestadores de servicios se observó que reflejan actos tan sencillos como sonreír, llamar al cliente por su nombre, ser amables y corteses y hacer un esfuerzo extra al facilitar el servicio a los visitantes.

La cultura turística se ve inmersa en la mayor parte de la población y prestadores de servicios con acciones que ellos realizan día a día.

Haciendo énfasis en los dos últimos gráficos que se observan en la página anterior se ve la necesidad de llenar estos vacíos de desconocimiento en un porcentaje de la población existente en el municipio, el cual se podría llevar a cabo brindando información sobre la cultura turística para así lograr un mejor desarrollo social y comunitario en dicha localidad.

¿Considera que la cultura turística ayuda al desarrollo del turismo?

130 respuestas



A partir de las respuestas representadas en el gráfico se puede notar como un 80.8 % cree que la cultura turística ayuda al desarrollo del turismo, más sin embargo hay un 19.2% que lo pone en duda, dado esto las causas pueden ser por el desconocimiento que tienen los pobladores acerca del tema de la cultura turística y la importancia que tiene esta para el desarrollo del turismo, por lo cual se ve la necesidad de brindar información y poner en relieve dicho tema.

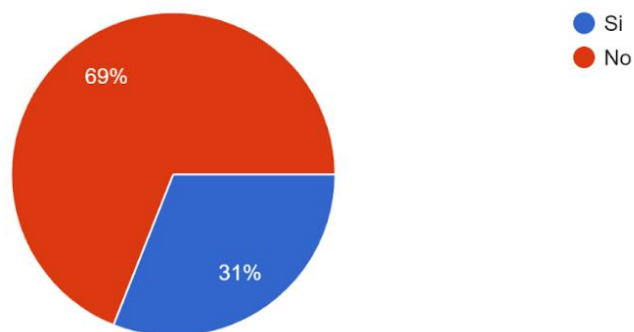
Es de gran relevancia hacer mención que el desconocimiento de gran parte de los atractivos de la zona por parte de los pobladores imposibilita la idea de verlos como un potencial que podría traer beneficios económicos a los involucrados en la actividad turística.

Objetivo 4: Elaborar estrategias para el desarrollo del turismo a través de la cultura turística en el Municipio Dipilto, Departamento Nueva Segovia.

Mediante una encuesta a la población y una entrevista a los prestadores de servicio se ha valorado la oportunidad de elaborar estrategias turísticas que permitan un mayor desarrollo en cuanto a turismo se refiere, para ello se realizaron las siguientes preguntas:

¿ Actualmente conoce de alguna estrategia para desarrollar el turismo en el Municipio?

129 respuestas



Referente a los datos obtenidos a través de la encuesta se puede observar que un 69% de la población desconoce estrategias para el desarrollo del turismo en dicho municipio, por ende, se necesita la elaboración e implementación de nuevas y/o mejoradas estrategias que impulsen la actividad turística y favorezcan el ámbito social y económico del municipio Dipilto.

En la entrevista aplicada a los diferentes prestadores de servicios del municipio Dipilto se generaron tres preguntas claves las cuales generan nuevamente la visión y oportunidad de elaborar estrategias que ayuden al crecimiento turístico en la localidad.

El municipio Dipilto cuenta con establecimientos turísticos orientados a satisfacer las necesidades de sus visitantes, más sin embargo se puede notar la particularidad de que todas las empresas no cuentan con un departamento de marketing y publicidad, lo cual dificulta llegar a más personas por medios digitales, por lo tanto, se ha convertido en un factor limitante a la hora de crecer y desarrollarse en el ámbito turístico y restaurantero.

Así mismo se ven reflejadas ciertas debilidades en las empresas dentro de las cuales tenemos:

- Falta de capacitación en atención al cliente.
- Falta de personal en los establecimientos
- Sobre carga de trabajo
- Deficiente administración
- Falta de señalización
- Ausencia de la estandarización del producto
- Falta de información de los sellos de calidad

Estrategias

Propuesta estratégica 1: Marketing

¿Qué es?	Objetivos	Beneficios
El marketing es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro, se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores.	Analiza la gestión comercial de las compañías con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y resolución de sus problemas.	Incrementa las ventas. Posiciona a la empresa. Mejora la identidad de la marca. Incide en el público y lo conecta con la empresa

Tabla 3 Propuesta estratégica Marketing

Esta estrategia está dirigida a los dueños de establecimientos turísticos del Municipio, se pondrá en marcha a partir de la apertura de un departamento de Marketing donde cada empresario creará una página web que contenga la ubicación, imágenes del lugar, número de teléfono, disponibilidad de horarios, menú entre otros, así mismo, se dará continuidad a las publicaciones en páginas como Instagram y Facebook las cuales se encuentran desactualizadas.

Con esta estrategia se pretende aumentar las ventas, ya que actualmente la mayoría de los consumidores son residentes del municipio, estas plataformas traerían consigo la facilidad de visibilizar los establecimientos turísticos a través de publicaciones y promociones que proporcionarán el aumento de visitantes de diferentes puntos del país y países extranjeros, otorgando mayor reconocimiento a las empresas.

Es eminente que en un mundo en donde la tecnología es fundamental para las personas y para el desarrollo de las actividades se ve en la necesidad de contar con las nuevas tendencias de comunicación para propiciar los mejores resultados en ventas.

Propuesta estratégica 2: Sello Moderniza (Sistema de gestión que fomenta la mejora de la calidad).

Implementación del sello moderniza en los establecimientos turísticos de la localidad.

<p>Moderniza</p>	<p>Es un Sistema de Gestión que se obtuvo a través de una transferencia metodológica de la Secretaria de Turismo de México (SECTUR), que fomenta el mejoramiento de la calidad, a través del involucramiento de los colaboradores de las empresas turísticas, en pro de incrementar sus índices de competitividad. Teniendo como base una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística; con el fin de satisfacer las expectativas de sus clientes.</p>
<p>Objetivo principal</p>	<p>Tiene como principal objetivo brindar acompañamiento técnico a los empresarios turísticos a nivel nacional direccionando sus negocios hacia la modernización; mediante la adopción de sistemas de gestión y estándares de calidad y servicio de clase mundial; a fin de satisfacer las necesidades de sus clientes internos y externos, para lograr mayor competitividad en el sector.</p>

Beneficios para la empresa	Mejora la satisfacción de los clientes, mejorar el desempeño de su personal, mejorar el control del negocio, disminuir los desperdicios, incrementar su rentabilidad, Competitividad empresarial, servicios de calidad a los turistas y desarrollo de una cultura de mejora continua.
Requisitos que debe cumplir la empresa para optar al programa	Estar inscrito en el INTUR. Tener el deseo de aplicar el programa en su empresa. Firmar carta de aceptación y compromiso Cumplir cada uno de los pasos y técnicas impartidas y terminar el programa de gestión de calidad a cabalidad.
Importancia de la estrategia	Se considera importante obtener este sello para los establecimientos turísticos, ya que, garantiza la calidad y la buena gestión empresarial, lo que conlleva hacer empresas más sólidas y conformadas como prestigiosas y reconocidas a escala nacional e internacional.

Tabla 4 Propuesta estratégica Sello Moderniza

11. Conclusiones:

A continuación, se presentan las conclusiones obtenidas luego del desarrollo de la investigación las cuales están ordenadas según los objetivos de estudios planteados.

Se puede identificar que el municipio Dipilto cuenta con un alto potencial turístico el cual aún no está siendo desarrollado; esto ha puesto en pausa el crecimiento de la actividad turística teniendo un desaprovechamiento de los recursos y atractivos con los que cuenta la zona e imposibilitando el surgimiento de nuevos establecimientos turísticos que satisfagan la necesidad de los visitantes.

El municipio Dipilto cuenta con una oferta turística, sin embargo, esta no satisface todas las necesidades de los diferentes turistas que demandan servicio de alojamiento, actividades al aire libre y ocio. Es importante mencionar que existen pobladores con la iniciativa de querer emprender en nuevas actividades no obstante no se cuenta con las bases esenciales de conocimientos previos para la realización de ello.

Los pobladores de dicho municipio se caracterizan por su carisma y humildad, su amor al trabajo y devoción religiosa, lo cual forma parte de la cultura turística. A través de una encuesta se pudo observar que existe un porcentaje de los pobladores que aún desconocen o carecen de información respecto al termino y su relación con el desarrollo del turismo, es por ello que se ve la necesidad de informar y enseñar aspectos básicos que podrían crear un cambio en el saber de la población y asimismo en su crecimiento local.

La implementación de las estrategias planteadas proporcionará mejora a la calidad de los servicios, mayor desempeño laboral, competitividad, eficiente gestión administrativa y reconcomiendo como un destino potencialmente turístico.

12.Recomendaciones:

Se considera la importancia que tiene esta investigación y en función de los resultados obtenidos se construyeron las siguientes recomendaciones que se consideran que tendrán una gran incidencia en el mejoramiento de la actividad turística en el municipio Dipilto.

Al INTUR:

- ✓ Brindar información a la población en general respecto a temas relacionados con el desarrollo del turismo.
- ✓ Brindar asistencia continuamente a los establecimientos turísticos.
- ✓ Capacitar sobre los sellos de calidad existentes en el país.

A la alcaldía:

- ✓ Involucramiento en capacitaciones y actividades turísticas.
- ✓ Gestionar los recursos potencialmente turísticos.
- ✓ Incentivar a la población a emprender mediante la actividad turística.

A los establecimientos turísticos:

- ✓ Participar en las capacitaciones brindadas por el INTUR.
- ✓ Integrarse en las nuevas tecnologías.
- ✓ Buscar siempre la mejora de la calidad de los servicios.

13.Referencias

Bibliografía

- Arias, E. R. (10 de diciembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-aplicada.html#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20aplicada%20es%20aquella%20que%20tiene%20como,aplicada%2C%20por%20tanto%2C%20permite%20solucionar%20problemas%20reales.%20Adem%C3%A1s>
- Arista Rojas, F. M. (2020). *repositorio.cientifica*. Obtenido de <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/1325/TB-Arista%20F.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Barbara. (21 de Septiembre de 2022). *Fisologia.com*. Obtenido de Filosofia.com: <https://filosofia.co/consulta/concepto-de-tradiciones-culturales/>
- Boullón, & Calderon. (30 de septiembre de 2017). *revista.redipe*. Obtenido de <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/357>
- Cajal, M. (27 de Mayo de 2021). *Marketing turistico* . Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2021/05/estrategias-marketing-turistico.html#:~:text=Se%20consideran%20estrategias%20de%20marketing%20tur%C3%ADstico%20a%20todos,%28smart%29%20que%20contribuyen%20a%20hacer%20crecer%20nuestra%20empresa.>
- Calderón, W. A. (07 de Enero de 2017). *entornoturistico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-cultura-turistica-y-diez-principios-basicos/>
- Calderón, W. A. (7 de Enero de 2017). *entornoturistico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-cultura-turistica-y-diez-principios-basicos/>
- Cervantes, D. (2022). *QuestionPro*. Obtenido de https://www.questionpro.com/es/investigacion-cualitativa.html#que_es_cualitativa
- Chavez, J. (02 de 09 de 2022). *CEUPE* . Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/turismo-cultural.html?dt=1662136856997>
- Cordova, L. (31 de Agosto de 2020). *Gluc*. Obtenido de <https://gluc.mx/cultura/2020/8/31/que-es-una-entrevista-que-tipos-hay-25991.html>
- Corvo, H. (02 de Junio de 2021). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/oferta-turistica/>
- Corvo, H. S. (2 de Junio de 2021). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/oferta-turistica/>
- Cruz, J. (19 de Noviembre de 2019). *Turismo cultural*. Obtenido de <https://turismoculturalblogull.blogspot.com/2015/11/impactos-del-turismo-cultural.html>

- Diaz, D. M. (2019). *repositorio.uss.edu*. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6116/Coral%20D%c3%ada%20Diego%20Mart%c3%adn.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Diaz, W. J. (Enero de 2016). *admin-waldo*. Obtenido de <https://revistatorreonuniversitario.unan.edu.ni/index.php/torreon/article/view/150>
- Equipo editorial, E. (2021 de Julio de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/identidad-cultural/>
- Escobedo, A. (19 de Abril de 2020). *Entorno Turistico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/la-importancia-de-contar-con-una-cultura-turistica/>
- Esquivel Rios, R., Villaseñor Ramirez, M. M., & Martinez Sanchez, A. (2021). *Dialnet-AnalysisOfTheTouristCultureAndBenefitsForTourismIn*.
- Etecé, E. e. (2022). *concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/turismo/>
- Gambarota, D. M. (01 de agosto de 2016). *redaly*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- García, E. P. (2022). *entorno turistico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/impactos-socioculturales-positivos-y-negativos-del-turismo/>
- García, M. d. (2022). <https://activosyfelices.org/cultura-social/>. Obtenido de <https://activosyfelices.org/cultura-social/>
- Gonzalez. (15 de Septiembre de 2017). *fronteratierraadentro*. Obtenido de <https://www.fronteratierraadentro.org>
- Gonzalez Herrera, M. R., & Castro Acevedo, G. (11 de Febrero de 2015). <http://periodicos.uesc.br/>. Obtenido de <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/326>
- Guillermo. (06 de Agosto de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>
- Herrera, C. (11 de Febrero de 2015). <http://periodicos.uesc.br/>. Obtenido de <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/326>
- Herrera, F. (05 de 05 de 2014). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/fatimaherrera54966/cultura-turistica-34297496>
- Hosagrahar, J. (Junio de 2017). *Unesco*. Obtenido de <https://es.unesco.org/>
- INTUR. (18 de Enero de 2022). *Mapanicaragua*. Obtenido de <https://www.mapanicaragua.com/cultura/>
- INTUR. (s.f.). *Mapa nacional de turismo*. Obtenido de <https://www.mapanicaragua.com/municipio-de-dipilto/>
- Lugo, Z. (2014). *Diferenciador*. Obtenido de <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>

- Mena, M. A. (2021). Implementación de estrategias para el sector turístico. *Revista empresarial y laboral*.
- Morales. (2020). *Library.com*. Obtenido de <https://1library.co/article/tipos-de-investigaci%C3%B3n-por-el-nivel-de-profundidad.ynex6gly#:~:text=Seg%C3%BAn%20los%20niveles%20de%20profundidad%20de%20la%20investigaci%C3%B3n,donde%20se%20identifican%20las%20posibles%20variantes%20que%20intervienen>.
- Morales, F. C. (01 de Marzo de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/historia/historia-del-turismo.html>
- municipal, A. (08 de Enero de 2021). *municipios de Nicaragua* . Obtenido de <https://www.municipio.co.ni/municipio-dipilto.html>
- P., M. A. (2013). *Mercadeo aplicado al turismo* . San Jose .
- Pedrosa, S. J. (09 de Octubre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Perez Porto, J., & Gardey, A. (2022). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/turismo/>
- Perez, A. M. (16 de febrero de 2022). *entorno turistico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-religioso/#Definicion>
- Perez, R. (10 de Marzo de 2022). *Revista educativa característicasdel.com*. Obtenido de Revista educativa caracerísticadel.com: https://www.caracteristicasdel.com/propiedades/caracteristicas_de_la_cultura.html
- profesional, E. d. (Septiembre de 2017). *arqhys.com*. Obtenido de https://www.arqhys.com/decoracion/tipos_de_culturas.html
- REVFINE. (2022). *revfine.com*. Obtenido de <https://www.revfine.com/es/desarrollo-turismo-sostenible/#:~:text=El%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20se%20refiere%20a%20la%20creaci%C3%B3n,factores%20como%20la%20sostenibilidad%20ambiental%2C%20cultural%20y%20econ%C3%B3mica>.
- Rodilla, M. (2022). *ceupe*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/impacto-turistico-dimension-economica-ambiental-social.html>
- Terreros, D. (27 de Diciembre de 2021). *hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>
- Torrez, F. R. (2016). *POTENCIAL TURÍSTICO EN MICRO DESTINOS CON INTERVENCIÓN* .
- Turismo, M. d. (2015). *Mincetur*. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/cultura-turistica/>
- Turistico, E. (17 de Enero de 2016). *entornoturistico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

turístico, E. (27 de Febrero de 2018). *Entorno turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/la-demanda-turistica-clasificacion/#:~:text=La%20demanda%20tur%C3%ADstica%20es%2C%20por%20tanto%2C%20el%20total,valor%20en%20dinero%20gastado%20u%20otros%20datos%20estad%C3%ADsticos.>

Ucha, A. P. (16 de Julio de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

UNWTO. (2022). *unwto.org*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo>

Vazquez, J. A. (07 de Agosto de 2022). *entorno turistico*. Obtenido de https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-gastronomico/#Definicion_de_turismo_gastronomico

Zapata, L. L. (octubre de 2014). *researchgate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/321137362_IMPACTOS_TERRITORIALES_DEL_TURISMO_Y_LINEAMIENTOS_DE_ORDENACION_PARA_TERRITORIOS_CON_VOCACION_TURISTICA_CASO_DE_ESTUDIO_MUNICIPIO_DE_SANTA_FE_DE_ANTIOQUIA-_COLOMBIA

14. ANEXOS:

Anexo a) Encuesta



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Encuesta para la población

Somos estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN –Managua FAREM Estelí de la licenciatura de Administración Turística y Hotelera, estamos realizando una investigación con el fin de culminar los estudios universitarios y como requisito para la formación académica.

En estos momentos le solicitamos de su valioso tiempo para el llenado de esta encuesta cuya información aportará al tema de investigación “La cultura turística para el desarrollo del turismo en el municipio de Dipilto, Nueva Segovia”

Indicaciones:

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una X la respuesta que considere correcta.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de residir en Dipilto?

- 1 - 3 años
- 5 – 10 años
- Más años

2. ¿A qué se dedica?

- Maestro
- Estudiante
- Emprendimiento
- Vendedores locales
- Otros

3. Para usted un turista es:

- Visitante temporal

- Personas de otros países
- Personas que viajan fuera de su entorno habitual
- Todas las anteriores

4. ¿Muestra usted amabilidad y cordialidad con el turista?

- Si
- No

5. ¿Recomendaría usted los lugares turísticos del Municipio al visitante?

- Si
- No

6. ¿Qué lugares turísticos recomendaría:

- Santuario Virgen de la piedra
- Finca La Guadalupana
- Mirador la Coquimba
- Mirador Linda vista
- Mirador La torre
- Restaurantes y piscinas

7. ¿Ha escuchado hablar sobre el termino Cultura Turística?

- Si
- No

8. Para usted la cultura turística es:

- Conocimientos
- Valores y actitudes
- Raíces que nos representan
- Calidad en los servicios
- No tengo conocimientos sobre el tema

9. ¿Para usted es importante poner en práctica la cultura turística?

- Si

- No
- Tal vez

10. ¿Usted participaría en campañas de fortalecimiento de la cultura turística en su localidad?

- Si
- No

11. ¿Considera que la cultura turística ayuda al desarrollo del turismo?

- Si
- No
- Tal vez

12. ¿Cree usted que se están aprovechando los atractivos turísticos del Municipio?

- Si
- No

13. ¿Se encuentran en buen estado de conservación los atractivos turísticos del Municipio?

- Si
- No

14. ¿Actualmente conoce de alguna estrategia para desarrollar el turismo en el Municipio?

- Si
- No

15. Cree usted que a través del desarrollo del turismo en el Municipio se obtendrán beneficios como:

- Crecimiento económico
- Generación de empleo

- Valoración de los recursos naturales y culturales
- Todas las anteriores

16. ¿Cree usted que la población debería ser participe en el desarrollo del municipio en cuanto a cultura turística se refiere?

- Si
- No

Anexo b): Entrevista



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Entrevista para autoridades del municipio Dipilto

Somos estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN –Managua FAREM Estelí de la licenciatura de Administración Turística y Hotelera, estamos realizando una investigación con el fin de culminar los estudios universitarios y como requisito para la formación académica.

En estos momentos le solicitamos de su valioso tiempo para el llenado de esta encuesta cuya información aportará al tema de investigación “La cultura turística para el desarrollo del turismo en el municipio de Dipilto, Nueva Segovia”

Fecha:

Hora:

Dirigida a:

Nombre del entrevistador: Danelia González, Katia Palacios.

1. ¿Cuáles son los recursos naturales con los que cuenta el municipio Dipilto y como están siendo potencializados?
2. ¿Cuáles son los recursos renovables y no renovables que posee el Municipio Dipilto?
3. ¿Cómo son cuidados y preservados los recursos renovables y no renovables por los pobladores del Municipio?
4. ¿Qué tipos de costumbres y tradiciones posee el Municipio de Dipilto y como son estas materializadas y preservadas por los pobladores?
5. ¿A través de qué medios dan a conocer los atractivos que posee el Municipio de Dipilto?

6. ¿Cuentan con un plan de desarrollo turístico a través de la cultura turística?
7. ¿Con qué frecuencia capacitan a los prestadores de servicio para el desarrollo del turismo en el Municipio?
8. ¿Qué planes se tienen a futuro para el crecimiento turístico del Municipio?



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Entrevista para prestadores de servicios

Somos estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN –Managua FAREM Estelí de la licenciatura de Administración Turística y Hotelera, estamos realizando una investigación con el fin de culminar los estudios universitarios y como requisito para la formación académica.

En estos momentos le solicitamos de su valioso tiempo para el llenado de esta encuesta cuya información aportará al tema de investigación “La cultura turística para el desarrollo del turismo en el municipio de Dipilto, Nueva Segovia”

Fecha:

Hora:

Dirigida a: Prestadores de servicios del sector turístico y hotelero,

Nombre del entrevistador: Danelia González, Katia Palacios.

1. ¿En qué tipo de empresa turística labora actualmente?
2. ¿Qué tipo de turistas visitan su negocio y que tanta afluencia ha tenido en el último año?
3. ¿Tuvo que cerrar su negocio en algún momento? ¿Cuáles fueron sus principales causas?
4. ¿Considera que su oferta es adecuada ante la demanda de visitantes?
5. ¿Ha participado en capacitaciones sobre oferta y demanda turística y como le ha aportado a la mejorara de su negocio?
6. ¿En su establecimiento turístico usted cuenta con un departamento de Marketing y Publicidad? ¿Podría compartirnos cómo funciona?

7. ¿En su establecimiento turístico cuenta con algunos de los sellos de calidad y cuales han sido sus beneficios? Si no cuenta con ningún sello ¿A usted le interesaría optar por uno ellos?

8. ¿Cree usted que es importante un plan de estrategias para el desarrollo de su empresa? ¿Por qué?

Fuente propia, Municipio Dipilto 20/08/22



Fuente propia, Santuario Virgen de la piedra 20/08/22



Fuente propia, Restaurante Pinar del Río 17/11/22



Fuente propia, Menú Restaurante Macdouglas 17/11/22

