

Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua
Facultad Regional Multidisciplinaria
FAREM – Estelí



"Trabajo de investigación para la modalidad de seminario de graduación, Recinto Universitario Leonel Rúgama"
Agosto- Noviembre 2012

Tema: "Plan de desarrollo turístico del parque 16 de Julio de la ciudad de Estelí, en el segundo semestre del año 2012"

Autores:

Br. Belkis Alicia Díaz Chavarría
Br. Fátima Karelia Díaz Sánchez
Br. Xochilt Ariana Espinoza González

Tutores:

Lic. Arelis Esmeralda Moreno
Esp. Aminta Briones Lazo

Jueves, 17 de enero 2013

Dedicatoria

Queremos dedicar este trabajo primeramente a Dios creador del cielo y de la tierra por habernos permitido llegar hasta donde estamos, por darnos la sabiduría para salir adelante y levantarnos en cada una de las caídas que como todo ser humano tuvimos en algún momento de nuestra vida.

Hacemos la dedicación especial a nuestros padres que sin lugar a duda fueron nuestra principal fuente de inspiración, siendo el principal impulso para seguir nuestro camino, gracias queridos padres por toda la paciencia que nos brindaron, por estar junto a nosotras en momentos de dificultad, aconsejándonos y cuidándonos aun estando fuera de nuestro hogar.

Dedicamos este trabajo, a nosotras mismas, las principales protagonistas del mismo, ya que con esto damos por finalizada nuestra formación profesional por la cual luchamos aun sin tener las fuerzas necesarias pero que gracias al esfuerzo que pusimos de nuestra parte, hoy estamos felices por los resultados obtenidos y que nos ayudaran grandemente para seguir adelante.

"Dios siempre me ha dado una segunda oportunidad en la vida, no hay poder que no venga de Dios".

Yo, **Belkis Alicia Díaz Chavarría** quiero dedicar este trabajo primeramente a Dios, por darme la vida y permitirme estar en este mundo, por las oportunidades que me ha dado y de igual manera por las pruebas enfrentadas que me ayudaron a fortalecerme y hacer cada día mejor.

A mi madre **Maribel Chavarría**, mi principal inspiración, por ser el motivo de mi existir, por ti madre mía es que nunca he dejado de luchar para hacer nuestros sueños realidad, el culminar mi carrera fue uno de ellos que hoy hago realidad, gracias a ti mamita, por luchar a mi lado y levantarme cada vez que caí.

Dedico también este trabajo a las personas que siempre creyeron en mi persona y que estuvieron junto a mi apoyándome en momentos difíciles, económicamente y moralmente.

Hoy puedo decir que estoy feliz, con todo el ánimo para seguir luchando por hacer mis sueños realidad, gracias Diosito por estar conmigo siempre y no dejarme solo nunca y por haber estado junto a mí cuando más lo necesite.

Yo, **Xochilt Ariana Espinoza González**, quiero dedicar este trabajo de investigación:

- ✓ A Dios porque siempre es mi guía y mi fortaleza, quien me da la sabiduría, por abrir muchas oportunidades en mi vida, por poner en mi camino personas que me han ayudado en todo momento te agradezco mi Dios.
- ✓ A mis padres por apoyarme en todo momento en mi vida.
- ✓ A mis hermanos especialmente mi hermana mayor Claudia Espinoza que es mi apoyo, mi ejemplo y depositar su su confianza en mí.
- ✓ A mi novio Jack Williams Martínez Ruiz, por apoyarme y siempre estar cuando lo necesito.
- ✓ A mis cuatro sobrinos Jahir, Francella, Nehemías y Caleb por ser parte de mi alegría y a todos los sobrinos que Dios me regalará.
- ✓ A Migdania Zamoran que siempre ha creído en mí, por ser mi ángel, mi luz en mi camino.
- ✓ A mi amiga Christine Krac
- ✓ A todos los maestros que estuvieron desde el inicio de mi formación académica, especialmente a MSc Martha Eugenia Pérez que sin su ayuda no podría iniciar mi carrera.
- ✓ A todos que de una u otra manera incidieron para terminar este trabajo y mi formación académica.

Yo, **Karelia Díaz**, dedico este trabajo con mucho cariño a:

En primer lugar dedico este trabajo a Dios que me brindo sabiduría, amor y paciencia, que nos ayuda en los momentos más difíciles brindándonos valores que nos fortalecen, no solo como trabajo de grupo sino también como persona.

Principalmente dedico este trabajo a mi madre María Elena Sánchez, que lamentablemente ya no está conmigo, a mi padre José Raúl Díaz que me apoyo de una u otra manera para que yo concluyera con este trabajo, a mi abuelita, maestros, amigas y familiares, a las Licenciadas Isolda Jiménez, Mariela Gutiérrez y Arelis Moreno por su apoyo incondicional.

Agradecimiento

Es importante para nosotros agradecer a aquellos que nos acompañaron durante este proceso de aprendizaje, especialmente:

- ✓ A Dios por brindarnos la sabiduría y el entendimiento necesario para poder concluir este trabajo monográfico.
- ✓ A nuestros padres por apoyarnos moral y económicamente desde el principio de nuestra educación.
- ✓ Al MSc Kenny López Benavidez por apoyarnos y guiarnos durante el proceso de nuestra investigación.
- ✓ A Lic. Jeydels Espinoza Barahona por asesorarnos durante la realización de nuestro trabajo.
- ✓ A la MSc Carmen María Méndez por darnos su apoyo incondicional.
- ✓ A todos los maestros que nos dieron su ayuda brindándonos parte de su experiencia para podernos desarrollar como profesionales.
- ✓ A la población de la ciudad de Estelí que nos brindó parte de su tiempo para la aplicación de encuestas, gracias a sus opiniones pudimos culminar con los objetivos propuesto y además porque nuestro trabajo dependía en gran parte de su colaboración.

“El Dios en quien yo creo no nos manda el problema, si no la fuerza para sobre llevarlo”.

Yo, **Belkis Alicia Díaz Chavarría** quiero darle gracias a Dios padre todopoderoso por haberme brindado la oportunidad de haber culminado con este trabajo final que ha sido de mucha importancia para mis compañeras de grupo y para mí. Por ser la persona que soy y por darme las fuerzas para seguir luchando y salir adelante.

A mi madre Maribel Chavarría por cuidarme siempre y apoyarme aun en momentos de debilidad, sin ella, sin su compañía, consejos y comprensión no hubiese sido capaz de levantarme en momentos de tropiezo y a mi padre Luis Enrique Díaz.

Son muchas las personas a las que quiero agradecer, pues creyeron en mí y me apoyaron para poder iniciar y culminar con mi carrera, agradezco de todo corazón a Doris y Kevin Vílchez, gracias a ellos pude hacer mi sueño realidad, sacar una carrera universitaria, sin ese apoyo no hubiera logrado mi sueño y poder decir hoy en día que soy toda una profesional.

A mis tías Daysis y Marlene Chavarría, a mi abuelita Alicia Ruiz porque ellas siempre estuvieron pendientes de mí, poniendo un granito de arena para aportar a mis estudios, estoy muy agradecida con estas personas, pues estoy muy consciente que sin ellos jamás hubiese logrado culminar mis estudios. Gracias a todas aquellas personas que compartieron conmigo durante 5 años, momentos buenos y malos, que de una u otra manera ayudaron a mi crecimiento y formación personal. Gracias...

Yo, **Karelia Díaz**, agradezco a mi padre que me brindó su apoyo, durante estos cinco años de mi carrera. A los profesores que me brindaron su sabiduría en varios campos del conocimiento y que no solo fueron mis guías sino que también me brindaron su amistad. También doy gracias a mis compañeros de clase que de muchas maneras siempre estuvieron acompañándome y ayudándome en los momentos que requería de su ayuda, por compartir conocimientos, vivencias, sentimientos de alegría, tristeza, cariño que nos dejaron muchas enseñanzas y experiencias.

Yo, **Xochilt Ariana Espinoza González**, le doy mis más sinceros agradecimientos a:

- ✓ Dios que sin él no podría culminar mis estudios, Dios te amo eres mi luz y mi fortaleza.
- ✓ Mis padres Marvin Espinoza y Luz Adilia González que sin su apoyo moral y económico no estaría donde estoy.
- ✓ Mis hermanas especialmente a mi ejemplo Claudia Espinoza que me dio su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera.
- ✓ Mi novio Jack Martínez por ser ayuda idónea, regalo de Dios.
- ✓ Lic. Migdania Zamoràn que ha sido un ángel que Dios mando a mi vida.
- ✓ MSc. Martha Eugenia Pérez que sin su apoyo no estaría cursando mi carrera.
- ✓ MSc Aminta Briones y Lic. Arelis Moreno por ser nuestras tutoras y contribuir en nuestra formación profesional y personal.
- ✓ MSc Beverly Castillo, por su amistad, sinceridad y apoyo incondicional.
- ✓ Mis maestros por confiar en mí y comprenderme.
- ✓ Mis amigas y compañeros que de una u otra manera estuvieron siempre conmigo.
- ✓ Todas las personas que llegaron a mi vida y contribuyeron con este éxito muchas gracias y que Dios los bendiga.

Resumen Ejecutivo

El Turismo en Nicaragua, enfrenta el desafío de la globalización ante las exigencias tanto de los turistas locales, regionales, nacionales como internacionales, la industrialización y el desarrollo tecnológico, por lo que su permanencia y posicionamiento en el mercado requieren promover y potenciar sus atractivos turísticos y la calidad de sus servicios para que sean más competitivos. La ciudad de Estelí y sus potenciales zonas turísticas no están exentas de estos cambios.

El parque 16 de Julio de la ciudad de Estelí ha venido deteriorando con el pasar de los años, por lo cual es necesario implementar estrategias para que los turistas disfruten de este lugar y se sientan motivados a regresar en otras ocasiones. El objetivo del presente trabajo de investigación fue elaborar un plan de desarrollo turístico para remodelaciones y mejoras de la infraestructura e imagen del parque central de la ciudad.

La investigación realizada es descriptiva de corte cuantitativo puesto que se utilizaron varias encuestas para lograr describir las opiniones de los pobladores de la ciudad de Estelí con respecto a la situación del parque. También se reforzaron los resultados con un grupo focal realizado con el gabinete departamental de turismo. La mayoría de las personas coinciden en que el parque está en mal estado y necesita atención gubernamental urgente, así como más cuidado de todas las personas que visitan dicho lugar. Otro aspecto a destacar es la positividad de los encuestados con respecto a la creación de un centro de información turística multifuncional en el lugar.

Una vez que se estudió la problemática en el campo, se diseñó un circuito turístico que integra otros puntos de interés turístico cercanos al parque, propuesta que será presentada al gabinete de turismo y al Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR). Luego se elaboró un plan de publicidad para el circuito turístico.

Índice de Contenido

Capítulo I. Introducción	1
1.1. Antecedentes.....	3
1.2. Planteamiento del problema	9
1.3. Preguntas Directrices.....	9
1.4. Justificación	10
Capítulo II. Objetivos de la investigación	11
Capítulo III. Marco Teórico.....	12
Capítulo IV. Cuadro de operacionalización de objetivos específicos	31
Capítulo V. Metodología	32
5.5. Etapas de la Investigación.....	35
Capítulo VI. Resultados.....	36
6.3.1. Justificación de la Propuesta de desarrollo turístico.....	43
6.3.2. Objetivos de la Propuesta de desarrollo turístico.....	46
6.3.4. Diseño del circuito turístico.....	63
6.3.5. Estrategias promocionales del circuito turístico “Estelí... Arte, Historia y Cultura” ..	66
Capítulo VII. Conclusiones	70
Capítulo VIII. Recomendaciones	71
Bibliografía.....	72

Capítulo I. Introducción

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera así mismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía, también es una forma de balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

La ciudad de Estelí es una de las ciudades con más crecimiento económico del país. Una de las principales fuentes de ingreso es el generado por el sector turismo, existe una gran variedad de puntos de interés como restaurantes, hoteles, hospedajes y otros que contemplan una amplia oferta turística, sin mencionar las reservas naturales y el interés generado por las empresas de tabaco.

Uno de los puntos más importantes de la ciudad es el parque central 16 de Julio, ubicado frente a la iglesia catedral, punto de referencia para la población en general y para cualquier visitante que llega en busca de nuevos atractivos, este lugar es de vital importancia en el ámbito del turismo, pero en los últimos años se ha venido deteriorando, por el uso inadecuado que le dan los visitantes. Es por esta razón que se decidió elaborar una propuesta de mejoras que incluye un centro de información, nuevos espacios de recreación etc. Para ello se consultó la opinión de los pobladores sobre este problema, a través de instrumentos como entrevistas a personajes y personalidades importantes, encuestas y grupos focales que claves para el desarrollo de este trabajo.

El objetivo de este trabajo es proponer nuevas estrategias de mejoras para el parque en cuanto a estructura y publicidad se refiere, con la intención de cambiar la imagen actual del mismo e incrementar la demanda de visitantes tanto locales, nacionales e internacionales.

Esta tesis comprende un plan de remodelación del Parque 16 de Julio de Estelí, el cual, brinda información de las características generales del sitio en mención, antecedentes y sus objetivos.

Actualmente este parque consta con instalaciones de recreación infantil, alumbrado público, áreas verdes, así como un kiosco de venta. El plan de remodelación del parque central de la ciudad de Estelí, es un plan de carácter social, enfocado en el mejoramiento de la imagen urbana de la ciudad de Estelí, debido a la constante afluencia tanto de pobladores locales como de turistas nacionales y extranjeros atrayendo mayores ingresos.

Existen solamente dos parques en el área central de la ciudad: el Parque Central situado frente a Catedral Nuestra señora del Rosario y el Parque infantil Wilfred Valenzuela Pérez que está ubicado frente al Bombazo, es un parque que como bien lo indica su nombre, es un parque infantil muy colorido, se encuentra en una región urbana, es de acceso público y debe su diseño y mantenimiento a los poderes públicos y en general municipales.

En el Parque Central necesitan realizarse algunas obras civiles con el objeto de mejorar la infraestructura existente, pues la actual, se encuentra en muy mal estado, afectando a niños, niñas y adolescentes en su derecho a la recreación.

Regularmente este tipo de parque incluye en su mobiliario juegos, senderos, amplias zonas verdes, baños públicos, etc., dependiendo del presupuesto y las características

1.1. Antecedentes

Nicaragua ha venido presentando positivos índices de crecimiento en el sector turístico, lo cual confirma que el turismo es una alternativa viable para contribuir a hacer frente a la crisis económica internacional y avanzar en la lucha contra la pobreza, generando beneficios a las familias, la población y las comunidades de cada uno de las regiones que comprenden este maravilloso país. El desarrollo de la promoción turística en los últimos 6 años ha dado un impulso notable para la demanda de los atractivos turísticos.

Una de las principales estrategias impulsadas por el INTUR es posicionar la imagen país como destino turístico, la ruta del café en apoyo técnico del gran ducado de Luxemburgo, ha realizado una serie de estudios de oferta y demanda contribuyendo así a diseñar materiales publicitarios con el objetivo de promocionar los principales destinos turísticos y atraer más visitantes nacionales y extranjeros y por ende fortalecer la economía de la región.

El Instituto Nicaragüense de Turismo ha venido realizando y apoyando una serie de actividades enfocadas en la promoción turística como ferias, carnavales, talleres, concursos, etc. Si bien es cierto estas son estrategias que aportan a la promoción de la ciudad como tal, pero no se ha tomado en cuenta el parque central como principal punto de atracción debido al continuo deterioro que ha sufrido con el pasar de los años.

Estelí tiene en promoción una gran variedad de atractivas ofertas, de tal manera que los turistas puedan disfrutar con gran satisfacción un destino que combina de forma muy original folklore, naturaleza, cultura, recreación, seguridad, tranquilidad y bienestar. El parque 16 de Julio es un lugar en el cual usted puede visitar, que a pesar de mostrar señales de deterioro aún conserva su importancia histórica cultural, la alcaldía municipal ha estado elaborando un proyecto de reconstrucción pero que está siendo mejorado por expertos en el área de proyectos de parques desde el punto de vista social, político y económico.

La última remodelación del parque 16 de Julio en 1991 para la celebración del centenario de la creación departamental y terminada en 1993. Actualmente no existen antecedentes de estudios con el enfoque turístico.

La presente investigación puede ser tomada en cuenta en dicho proyecto, pues esta tiene como principal objetivo mejorar el desarrollo turístico del parque lo que incrementaría la demanda de turistas, por ende habría mayor ingreso económico a la ciudad, una vez llevadas a cabo estas mejoras se pretende realizar un plan con estrategias de publicidad de mayor aceptación para un mayor auge del flujo turístico.

1.1.1. Antecedentes históricos del parque de Estelí

Se cuenta que, una vez efectuado el traslado de la población de la villa de San Antonio, al llano virgen de Michiguiste y delimitada el área del nuevo templo, se destinó el área oeste para hacer una plaza pública donde se verifican corridas de toros y servían también como plaza de armas de cabildo real, siendo este precisamente, el origen del parque de Estelí. Y, aunque aún no se sabe desde cuando fue creado oficialmente como tal, lo cierto es que esta área festiva, de plaza de toros pasó a ser parque central de Estelí; de su primer nombre tampoco nada se sabe, quizá pudo haberse llamado parque San Antonio o parque del Rosario, ¿Quién lo sabe? Lo cierto es que el primer parque formal de Estelí tenía muros alrededor para que no se metiera el ganado de "asta y casco" y en cierto modo funcionaba como plaza parque, porque en los días festivos se hacían alegres ferias y se instalaban chinamos en los alrededores con ruedas fortuna, tururos, chichines, chalupas y ruletas, y en el centro, la banda de música ejecutando sus frenéticos sonos de toros y corridas; prácticamente era un verdadero centro de diversiones con caballos amarrados en los postes y viejitas con su chal al hombro, en cuclillas junto al fogón, batiendo ponche oloroso a canela y a ron. Así poco a poco se fue formando el parque. Bolívar Juarez, Orient. (1993). La Catedral de Estelí. Historia y Arquitectura. Managua - Nicaragua: HISPAMER.

Su configuración fue todo un proceso evolutivo, el 5 de abril de 1906, el presidente Zelaya visitó Estelí en compañía del Ilustre Dr. Adolfo Altamirano y otros distinguidos visitantes, incluyendo una guardia de honor y la banda de los

supremos poderes y en agradecimientos a sus buenos gestos, la municipalidad le dio el nombre de "Parque Blanca" al parque de la ciudad, en honor a su esposa de origen belga, Blanca Cousin, primera dama de la república. Con motivo de su visita el general Zelaya también dono a Estelí un aeromotor que fue instalado en el mismo parque Blanca, frente donde estaba el cabildo (luego la sanidad).

El nombre Blanca no duro mucho, pues para 1921 ya se llamaba parque Benjamín Zeledón y había caído en lamentable deterioro, la tarea de reacondicionarlo le correspondió a la " junta de ornato y beneficencia de Estelí", que había tomado posesión de su cargo en Febrero de 1921; el diseño del parque fue hecho por el ingeniero J. Francisco Fariñas con calles, zonas verdes, jardines, etc., para ejecutar el proyecto hubo que limpiar primero todo el terreno de tan sucio que estaba: fue arrancado todo el zacate, hierbas inútiles, ocasionando esto un enorme gasto en carreta y mozos. Prácticamente el parque fue hecho de nuevo, lo cual coincidió con la remodelación de la iglesia, en donde templo y parque vinieron a ofrecer una cara nueva a la ciudad, es decir, con ellos Estelí daba un salto en su aspecto físico, gracia a la obra de aquella progresista Junta de Ornato, la que además decreto en 1921, la construcción de aceras, en la ciudad.

Entre los principales trabajos realizados en la reconstrucción del parque Benjamín Zeledón se informa según la memoria referida, que:

Fueron construidas las ochos columnas de las puertas; se hicieron ocho calles centrales y cuatro laterales, las que fueron rellenadas con arenas; fueron construidos 8 lotes con sus respectivos arriates para la plantación de árboles y flores y fue también hecho el filete de acera frente al cuartel, por último para comodidad del público se mandaron hacer 8 bancas.

Parte de esta obra fue también la construcción del famoso kiosco en el centro del parque con su techo de zinc a modo de sombrero vietnamita y su amplia plataforma de madera con dos escalinatas para subir a él. Para esta obra, según la misma memoria, fue suministrada una colecta de C\$ 135,71 cordobas a la municipalidad, que fue la que hizo el contrato para su construcción; la mayor parte de esta contribución fue aportada por la laboriosa colonia china

residente en Estelí, pues en el informe de la Junta de Ornato reza que obsequiaron "los cultos hijos de Confucio" la cantidad de C\$80,00 córdobas para el kiosco.

Años más tarde, el kiosco de madera dio paso a otro de concreto que mando hacer don Carlos Argeñal, en el que a partir de entonces quedo instituida la programación de conciertos los días jueves y domingos por parte de la banda del propio maestro Argeñal y en las que tocaba también el maestro Camilo Rosales, de León, Lucas Torres, don Guadalupe Rugama, Francisco Mairena, y otros de Estelí, época inolvidable en que más de una pareja de enamorados eran vistos disfrutando su romance en el kiosco, a la letra de aquellas románticas canciones o sentados en una banca, al abrigo de aquel nido de amor que formaba la famosa trinitaria que estaba en el mismo kiosco frente a la iglesia, posteriormente, durante la administración de don Simeón H. Vílchez, en 1944, el parque tuvo otras mejoras, como fueron la construcción de aceras interiores y escaños de cemento a un costo de C\$ 4,000.00 córdobas.

Con el tiempo este parque también llego a tener una glorieta de dos plantas al lado oeste, que según el poeta José Floripe, la mando hacer el alcalde Vílchez, quien a su vez instalo, en la parte de debajo de la misma, una venta de raspado, gaseosas, chibolas y repostería, y en la parte de arriba puso un bailongo con música amplificada con sendas bocinas de carro-parlante,- "aquello era como la primera disco de Estelí", dice el poeta "cada varón pagaba un chelín la pieza y tenía derecho de sacar a bailar a una muchacha de las que entraba con tan solo una sonrisa".

Tiempo después, entre 1957 y 1963, se dio otra reforma al parque, kiosco y glorieta, fueron mandados a quitar por el nuevo alcalde, don Salomón Gómez, quien en su reposición construyo una concha acústica en la esquina sureste del parque, la cual , en la década de los setentas , servía para presentaciones de los primeros conjuntos musicales electrónicos de la ciudad; " Los Duendes" y los "Fugitivos" y para los conciertos de la Banda Municipal, fundada por iniciativa personal del distinguido ciudadano, Don Francisco Moreno Torres, durante su gestión de alcalde (1973) y con la participación del renombrado maestro jinotegano Ernesto Rizo.

El alcalde don Salomón Gómez mando hacer además en 1959 y a iniciativa del sindicato de maestros de Estelí, la "Estatua de la Madre" para colocarla en el lugar donde estaba el kiosco; el monumento de 2.50 mts, es obra del escultor Julio Gómez Mejía, quien trabajo alrededor de cinco meses. Según crónicas de la época:" Este monumento es probablemente el más grande que se haya hecho en Nicaragua". La obra quizás fue inaugurada el día domingo 30 de agosto de 1959 y su costo fue de C\$1, 960,00 córdobas, el pedestal costo C\$950,00.

Igualmente don Salomón Gómez, ese mismo año, mando a encunetar las aceras del parque y lo mando a pintar en 1962, así como también renovó totalmente su sistema eléctrico.

Por este mismo tiempo (Sept, 1959), el honorable ciudadano don Donaldo Picado Molina (1935), siendo contador de la alcaldía y con la anuencia de esta, hizo cerca de la " Estatua de la Madre" y sobre el suelo, una bonita composición de los símbolos patrios, a bases de angostos canales por los que corría agua, a modo de un acuario animado por peces. Y aquí cabe destacar , que uno de los elementos ornamentales de mayor significación histórica que ha poseído este parque, ha sido el conjunto de monumentales petroglifos traídos desde las Pintadas ,en varias ocasiones: la primera en 1923, con motivo de celebrarse el centenario del traslado de Estelí; después otros petroglifos fueron trasladados al parque" por el arqueólogo don Luis Cuadra Cea, y luego la administración del alcalde don Salomón Gómez , traslado otros, entre ellos, el interesante "Techichi" que es la versión del "Águila Azteca".

En una de sus mejores épocas este parque tenia también enormes árboles frutales poblados de una variedad de aves y animales silvestres, entre los que llamaban la atención, los apacibles camaleones o perezosos y las tortugas de la fuente luminosa que estaba en entorno al pedestal de la estatua a la madre; del mismo modo, eran atractivos, sus jardines muy bien cuidados y sus calles aseadas por el célebre parquero "Goyito Tembeleque" con su gorrita de lado.(Jose Floripe Fajardo, 2004)



Parque 16 de Julio 1858



Parque 16 de Julio 1960

El parque de Estelí, es un punto de referencia para todos los visitantes por ello es muy importante preservar, por la historia del municipio de Estelí, que encierra en su interior, según el Ing. ¹Oscar Mejíadel área de diseño de parques de la alcaldía de Estelí , el parque se ha remodelado tres veces y que existen muchos factores que inciden para diseñar como: infraestructura, tipo de plantas según la temporada, tipo de materiales de construcción, piso, espacio, medidas todo de acuerdo al diseño del parque y la inversión, también es necesario haber realizado un estudio previo de parques para lograr concretar el diseño.

Actualmente el parque 16 de Julio se encuentra frente a la alcaldía municipal de Estelí, el estado actual es malo ya que la alcaldía no cuenta con mucho presupuesto, no hay seguridad, los espacios recreativos están en mal estado y existen muchos vendedores alrededor que impiden el paso libre a los peatones.

Se realizaron encuestas dirigidas a personalidades relacionadas con turismo y según su valoración el parque de Estelí tiene un valor histórico-cultural, es un punto estratégico para visitantes y es un centro de recreación, de igual manera se aplicó una encuesta de aceptación de alternativas de mejoras a pobladores que estuvieron de acuerdo con lo establecido; por lo antes descrito se establece la una pequeña propuesta de mejoras.

¹ Oscar Mejía: Director de planificación y ordenamiento territorial de la alcaldía municipal de Estelí

1.2. Planteamiento del problema

En Nicaragua los parques o áreas verdes son parte del patrimonio natural e histórico - cultural de nuestro país, en Estelí actualmente hay 2 parques de recreación, uno es el parque infantil Wilfred Valenzuela y el parque 16 de Julio.

El parque 16 de Julio mejor conocido como parque central es el principal punto de referencia para los visitantes que llegan a nuestro municipio, por tal razón es muy importante que este punto sea uno de los más atractivos y el principal destino turístico de Estelí.

La falta de cuidado y mantenimiento ha traído consigo nuevas problemáticas como la obstrucción de calles y contaminación ambiental, lo que ha provocado que el parque central sea visto como un nuevo puesto de ventas informal y esté perdiendo su valor histórico, pero hay que verlo desde el punto turístico y se dará cuenta que este parque no presta las condiciones adecuadas para visitarlo ya que no cuenta con seguridad, espacios de recreación adecuados, ni belleza paisajística, esto provoca que no sea tomado en cuenta dentro de la promoción turística del municipio.

El problema de este estudio se enfoca en el desaprovechamiento del potencial turístico del Parque 16 de Julio de la ciudad de Estelí debido a la poca inversión pública en el lugar en términos de infraestructura, imagen, espacios recreativos y medio ambiente saludable.

1.3. Preguntas Directrices

1. ¿Cuál es la percepción de los pobladores de Estelí con relación al parque central de la ciudad?
2. ¿Cuál es la situación actual del parque 16 de Julio de la ciudad de Estelí?

3. ¿Qué acciones se pueden incluir en una propuesta de desarrollo turístico del parque?

1.4. Justificación

En la ciudad de Estelí es muy notable observar que la principal actividad económica es la producción del tabaco, es conocida como el diamante de las Segovias o la capital del tabaco. En Estelí se puede encontrar muchas formas de realizar turismo, una actividad económica que se está convirtiendo en una de las más importantes junto a la agricultura.

Uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad ha sido el parque 16 de Julio. Sin embargo, en los últimos años ha sufrido un deterioro continuo; para enfrentar este problema, se decidió realizar esta investigación y hacer propuestas concretas que impulsen el potencial y el valor turístico e histórico de este punto remarcable de la ciudad.

Entre los beneficios que conlleva esta investigación está el obtener la valoración del impacto de posibles mejoras al parque y el incremento de las visitas de turistas locales, nacionales o extranjeros a la ciudad. Las mejoras al parque central traerían consigo beneficios para los negocios locales y visitas a otros puntos turísticos de relevancia en la ciudad.

No se debe olvidar que los parques son un punto de referencia para turistas y espacios de recreación importantes con valor histórico cultural, por lo cual es importante que tenga una excelente imagen ante el público.

Los resultados de esta investigación servirán a las instituciones gubernamentales como INTUR y la alcaldía de Estelí para reforzar los posibles planes de mejora del parque, de la misma manera que se ha hecho en otros puntos importantes de la ciudad.

Capitulo II. Objetivos de la investigación

Objetivo General:

Elaborar un plan de desarrollo turístico del Parque 16 de Julio de la ciudad de Estelí. 2012.

Objetivos Específicos:

1. Determinar la valoración de los pobladores de la ciudad de Estelí en relación a las condiciones físicas del parque central de la ciudad de Estelí. 2012.
2. Realizar un análisis de las principales fortalezas, oportunidades, debilidad y amenazas (FODA) sobre la situación actual del parque 16 de Julio de la ciudad de Estelí
3. Elaborar una propuesta de desarrollo turístico del parque 16 de Julio de la ciudad de Estelí

Capítulo III. Marco Teórico

La investigación de los factores que determinan la elaboración de un plan de desarrollo turístico del parque 16 de julio del municipio de Estelí, se ha centrado en tres ejes teóricos: 1) Competencias municipales; 2) Turismo; y 3) Promoción turística. A continuación se define cada uno de ellos:

3.1. Competencias municipales

LEY DE MUNICIPIOS

Ley No. 40 de 2 de julio de 1988

Publicado en La Gaceta No. 155 de 17 de agosto de 1988

Título II. De las competencias

Capítulo Único.

Artículo 6 -

El Municipio, como expresión del Estado en el territorio, ejerce por medio de la gestión y prestación de los correspondientes servicios, competencias sobre materias que afectan su desarrollo, preservación del medio ambiente y la satisfacción de las necesidades de sus pobladores.

Artículo 7:

El Municipio ejerce competencias sobre las siguientes materias:

- 1) Control del desarrollo urbano y del uso del suelo.
- 2) Higiene comunal y Protección del medio ambiente.
- 3) Ornato público.
- 4) Construcción y mantenimiento de calles, aceras, andenes, parques, plazas, puentes y área de esparcimiento y recreo.
- 5) Construcción y administración de mercado, rastros y lavaderos públicos.

- 6) Limpieza pública y recolección, desaparición y tratamiento de residuos sólidos.
- 7) Drenaje de aguas pluviales.
- 8) Contribuir a la construcción y mantenimiento de caminos vecinales y cualquier otra vía de comunicación intermunicipal.
- 9) Construcción, mantenimiento y administración de cementerios.
- 10) Vigilar la exactitud de pesas y medidas.
- 11) Las facultades contempladas en los artículos 3 y 5 del Decreto 895, sobre predios urbanos y baldíos.
- 12) Creación y mantenimiento de viveros para arborizar y reforestar el Municipio.
- 13) Establecimiento de bibliotecas, museos, bandas municipales, parques zoológicos, promoción de fiestas tradicionales y del folklore y toda clase de actividades que promuevan la educación, la cultura, el deporte y el turismo.
- 14) Autorización y registro de fierros, guías de transporte y cartas de venta de semovientes.
- 15) Alumbrado público.

Artículo 8:

El Municipio ejercerá la administración del Registro de Estado Civil de la Personas, conforme la dirección normativa y metodológica del Consejo Supremo Electoral.

Artículo 9:

Las competencias municipales se ejercerán procurando la coordinación interinstitucional, respetando los mecanismos e Instrumentos de planificación física y económica del Estado e impulsando la inserción del Municipio en los mismos.

Artículo 10:

Los municipios pueden realizar actividades, complementarias de las atribuidas a otras Instituciones y entre otras, las relativas a la educación, sanidad, vivienda, aguas, alumbrado público, cultura y deportes.

3.2. Turismo

Es una actividad humana cuya esencia son el ocio y el tiempo libre y que además de involucrar desplazamientos y la recepción de quienes se trasladan, se apoya en el uso de los recursos y en la prestación de servicios. Se le conoce como una actividad multisectorial que requiere de trabajo en conjunto con diversas áreas productivas, agricultura, construcción y fabricación, además, de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas. (Casal zamorano, Francisco Manuel, 2002)

El turismo es importante para el desarrollo de un país; económicamente genera empleo, es una fuente de divisas y promueve la inversión, en lo social mejora la calidad de vida de los habitantes, crea oportunidades para la realización de negocios, promueve el valor a las costumbres y tradiciones, preserva sitios de interés cultural, y de identidad nacional; en lo natural permite la conservación y preservación del patrimonio natural.

Esta definición hace posible identificar que "Turismo" se refiere a todas las actividades realizadas por visitantes, incluyendo "Turistas" y "excursionistas"

Turista: "Toda persona sin destinación de raza, sexo, lengua o religión, que entra en el territorio en un estado distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanecen 24 horas al menos y no más de 6 meses, con fines de turismo, recreo, deportes, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinaciones religiosas o negocios, sin propósito de inmigración"

Excursionista: "Visitantes residentes en el extranjero, que visitan el país por menos de 24 horas (incluidos los pasajeros en crucero). En las estadísticas de turismo no deben figurar los viajeros que no entran al país en el sentido jurídico, ejemplo las personas en tránsito aéreo que no salen de la zona del

aeropuerto previamente delimitado o quienes circunscriben su visita estrictamente fronteriza (INTUR, 2006).

Para que un destino de cualquier lugar sea reconocido y que atraiga la llegada de los turistas o excursionistas, es importante que estos sean promocionados, existen muchas maneras de que la persona interesada en un determinado lugar conozca antes de llegar el lugar, una de ellas es la implementación de la promoción turística.

3.3. Promoción Turística

3.3.1. ¿Qué es Promoción Turística?

Según INTUR (2012), la promoción turística es promocionar integral y competitivamente una determinada región, con sus productos y destinos, en los mercados nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística. El objetivo principal de la promoción turística es incrementar la intención de viaje en el país o región, mejorando la relación visita - gasto.

Los objetivos más específicos son:

- Orientar la promoción con base en la demanda de los segmentos de mercado de mayor rentabilidad de la inversión promocional.
- Diversificar la oferta turística, destacando las cualidades de producto diferenciado, experiencia única y alto valor del dinero.
- Desconcentrar geográficamente los flujos turísticos.
- Desestacionalizar la demanda hacia las temporadas bajas.
- Concienciar sobre la importancia y calidad de la actividad y servicios turísticos de una región.

Para la elaboración de una investigación de interés, es importante conocer algunos conceptos básicos que nos ayudaran a entender mejor la información recaudada antes, durante y después. A continuación algunos de los más importantes en cuanto a promoción y turismo se refieren:

Guía de Turistas: Es una persona preparada en el área de turismo que tiene como tarea principal, recibir, atender y acompañar a los turistas, ya sean nacionales como internacionales en sus paseos. En el transcurso del viaje el guía turístico deberá proporcionarle información general del país (historia, economía, arte, destinos turísticos etc).

Mercado Turístico: El término mercado está relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que en el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.

Centro de Información Turística: Es una organización encargada de proveer información a los turistas potenciales y a los turistas que visitan un determinado lugar con el fin de facilitar su decisión de viajar, su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico. INTUR (2012)

Esta oficina de turismo suele ser de carácter público y sin fines de lucro, dependiente de organismos públicos con el fin de mantener la neutralidad y calidad de la información- la información otorgada incluye datos de contactos de prestadores de servicio. Alojamientos, restaurantes, agencias de viajes, guías, transporte así también como de hospitales, direcciones de lugares, eventos y actividades de interés, etc.

3.3.2. Importancia de la Promoción Turística

En un entorno amplio, cambiante y competitivo, la promoción turística de una ciudad se está convirtiendo en un poderoso elemento de diferenciación, las ciudades necesitan posicionarse adecuadamente a partir de sus principales características y atributos, con el objetivo de ser más competitivas y garantizar su desarrollo económico, social y territorial. (Aceranza, Miguel Angel, 2005)

El Turismo de Nicaragua permanece como un área inexplorada, conformada por playas de arena blanca, arrecifes de coral, ríos y bosques tropicales, siendo

una de las grandes atracciones que proveen atractivas oportunidades al turismo de Nicaragua, no podemos olvidar el majestuoso lago Cocibolca, este es uno de los lugares donde el turismo de Nicaragua debe de concentrarse, debido a que posee cientos de islas de origen volcánico, incluyéndose la isla más grande del mundo en agua dulce, como lo es Ometepe, coronada con dos joyas volcánicas, el volcán Concepción que en la actualidad se encuentra activo y el Maderas en total inactividad.

En esta preciosa isla encontrará alojamientos con una arquitectura rústica, sin embargo, tales desafíos invitan a empresarios a invertir y creer en éste gran potencial turístico con los que cuenta el turismo de Nicaragua. El turismo promete grandes oportunidades a este país de Centroamérica situado entre el océano Pacífico y el Atlántico.

Nicaragua y sus ciudades ofrecen grandes aventuras como escalar volcanes, hacer excursiones en selvas vírgenes, canopy, tours, pesca en agua dulce y salada, la práctica del surf y el buceo en las playas ubicadas en varios de los departamentos del país para promover las riquezas de los naufragios que son el panorama deslumbrante en el Mar Caribe. Además hay ciudades como Estelí que invitan al visitante a formar parte de las actividades cotidianas de su gente, en sus comunidades podemos encontrar gente amable que nos harán parte de sus vidas, permitiéndonos acompañarlos ya sea en la producción y elaboración de queso de cabra, ordeñar, sembrar o simplemente escuchar las anécdotas de esta ciudad.

El turismo está atravesando un periodo de importantes cambios que requieren la atención de todos, porque en la adaptación exitosa a esos cambios nos jugamos el futuro de la actividad que más riquezas y empleos aporta a la economía de nuestro país (el turismo), por ello es necesaria la promoción turística de estos destinos, la idea es tratar de aumentar la cantidad de personas que los visitan, poder resaltar las virtudes del lugar y tener en cuenta las desventajas o incomodidades que pueden atribuírsele al mismo, de manera de poder utilizar los argumentos negativos y sacar de ellos lo positivo.

Será importante plantear todos los servicios a los cuales podremos acceder en el lugar, los puntos históricos a visitar, la accesibilidad, rutas turísticas, circuitos turísticos etc. Otro punto importante en la promoción del destino turístico es garantizarle al cliente la seguridad en el mismo.

Es por esto que se han creado diferentes maneras de promocionar los destinos turísticos de cada región, en ellos podemos encontrar datos importantes tales como direcciones, páginas web, números de teléfonos donde nos podemos contactar para futuras reservaciones etc.

A continuación los principales instrumentos de promoción para dar a conocer un destino

3.3.3. Instrumentos de Promoción turística

Los principales instrumentos de promoción que utilizan las empresas turísticas para promocionar un destino turístico y por tanto crear imágenes de destinos distintivas y perdurables en el tiempo son:

1) Relaciones Públicas:

Proporcionan información constante a intermediarios, comunidad local y turistas, para conseguir que genere una imagen positiva y una actitud favorable hacia el destino a largo plazo. (J. & Lane, 1993)

En la venta de un destino turístico suelen existir tres tipos de relaciones públicas:

- **De Imagen:** Para influenciar en la percepción que se tiene del producto turístico (para crear una imagen de modernidad).
- **De Rutina:** Para mantener la relación de confianza con el mercado de origen (presencia permanente en los medios de comunicación).

- **De Crisis:** Para cambiar la percepción que tienen los turistas de un destino.

2) Los Workshops: Son encuentros organizados para estimular las relaciones comerciales, el más habitual en el sector turístico son los encuentros que organizan representantes de la oferta de un destino con los representantes de las agencias.

Es una tendencia consolidada que dentro de las grandes ferias internacionales de turismo se crean, espacios de encuentros paralelos para facilitar el contacto entre representantes de la oferta y de la demanda facilitando un contacto más directo.

3) La Participación en ferias y eventos: Constituyen una forma de presentación y venta de corta duración y además es fundamental para la creación de imagen de un destino turístico. Habría que decidir cuántos recursos económicos hay que destinar a esta participación de tal manera que la relación coste-beneficio sea la adecuada.

Siendo el turismo un consumo de alta implicación, la mayoría de los investigadores confirman las recomendaciones de los familiares y amigos como fuente de información más importante tanto a la hora de decidir dónde se va a viajar y cómo se planifica el viaje.

4) La promoción de ventas: Es el conjunto de instrumentos de incentivos para estimular la compra a corto plazo de determinados destinos turísticos.

Brochure: Es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente, abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que su compañía ofrezca hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa.

Es decir, el brochure abarca casi todo el material impreso propio de una empresa y cada uno de los diferentes tipos de brochure debe ser diseñado de manera diferente.

Es diferente el criterio que se deba adoptar a la hora de hacer el diseño para una carpeta de presentación de proyectos interna que para una que circule de manera externa a su compañía. El Brochure es su compañía entrando en la casa de los potenciales clientes, es el vestido de gala de sus proyectos. Un buen diseño de brochure es la mejor carta de presentación de su compañía. (Aceranza, Miguel Angel, 2005)

El Brochure desempeña tres funciones: informativa, publicitaria e identificadora.

- **Informativa:** Es muy usual utilizar el brochure para informar al público acerca de algún aspecto de su compañía. La información puede ser referida a presentar a su compañía, algún nuevo producto o servicio que ésta ofrezca, una reciente modificación en su nombre, etc.
- **Función Publicitaria:** El brochure es una importante herramienta de marketing y es un excelente medio para promover uno o varios productos o servicios que ofrezca su compañía de manera atractiva. El aspecto publicitario del brochure será tratado con más detalle en la sección llamada aspecto publicitario. (Bolívar Juárez, Orient, 1993)
- **Función Identificadora:** Un buen diseño de brochure permite mantener un criterio a través de los diferentes brochures que encargue su compañía. Este criterio (llamado muchas veces “concepto”) unificado a lo largo de los diferentes brochures permite a quien los reciba reconocer automáticamente de qué compañía se trata y es una manera de presentarse ante el público que le otorga a su compañía un alto grado de prestigio y credibilidad.

En el Brochure es vital que no sea únicamente el “concepto” lo que identifique a su compañía sino primeramente el Logo de la misma: un adecuado diseño de Logo es vital para cualquier compañía, es la piedra fundacional de toda la estructura publicitaria. Estas tres funciones que hemos presentado de manera

separada describiendo sus aspectos específicos no están separadas (o no deberían estarlo) en el trabajo terminado.

Un buen diseño de Brochure es informativo, publicitario e identificador, todo junto en uno mismo, por supuesto que en cada brochure que su compañía encargue habrá uno de estos tres aspectos que se destaque más que otro, pero no por eso deben olvidarse los restantes. (Bolívar Juárez, Orient, 1993)

Un brochure publicitario puede constar de varios colores muy llamativos y tipografía grandes, esto no es conveniente para la presentación de un proyecto que debe ser más sencillo, austero y formal.

Resumiendo, lo que usted debe considerar a la hora de planear un brochure es lo siguiente.

Pensar cuál será su objetivo. ¿Cuál será la función del brochure?

- Destacar la función que le corresponda entre función informativa, publicitaria e identificadora.
- Constatar que las funciones que no sean la primaria estén también presentes en el brochure aunque en segundo grado de importancia.
- Elegir el formato óptimo para que su brochure transmita correctamente el mensaje que se desea.

Los Volantes: Son las piezas de diseño editorial con fines publicitarios más usadas, no tienen dobleces pero pueden ser simple o doble lado. Existen infinidad de tamaños, son usados ampliamente en cualquier lugar y momento, generalmente para promocionar productos y servicios de valores medios y bajos, o promociones temporales, ya que su vida útil es limitada.

Los Dípticos: Es un brochure o folleto que consiste en una hoja doblada al medio, doblez que forma una pieza consistente de 4 paneles o páginas. Generalmente, una tapa, dos páginas de contenido y una última página con la

información de contacto (aunque en muchos casos también se utiliza esta última para especificaciones técnicas o contenido adicional).

El tamaño más usual es A3 abierto (42cm de ancho x 30cm de alto), que es ideal para presentar empresas o proyectos o publicitar productos de gran valor, o cuando la intención sea dar una buena imagen y la audiencia requiera una pieza de calidad.

También es usado masivamente en convenciones o ferias de negocios donde la audiencia está bien definida, en algunos casos incorporan uno o más bolsillos para adjuntar hojas sueltas, tarjetas de presentación o inserts.

La adición de estos bolsillos suele tener una alta incidencia en los costos de impresión, hay trípticos más pequeños como el A4 abierto (30cm de ancho x 21cm de alto), pero cuyo uso está más ligado al uso tradicional de los trípticos (publicidad masiva de productos o servicios).

Brochure Tipo Portón: Es un brochure o folleto que consiste en una hoja con dos dobleces que forman una pieza consistente de 3 paneles por lado como el tríptico, pero cuyo panel central tiene el doble de ancho que los dos de los extremos.

De esta manera, los dos paneles de las puntas funcionan como "puertas" permitiendo ver y ocultar el contenido del panel central, en esta configuración, quedan 2 paneles pequeños como las tapas (queda dividida la gráfica), un interior compuesto por 3 paneles (2 pequeños en las puntas, uno central grande) y en el dorso un panel grande que es usado generalmente para información de contacto o especificaciones técnicas.

Cuadernillos: Conocemos como "cuadernillos" o "librillos" a aquellas piezas más extensas, consistentes de varias páginas, no importa cual fuera el objetivo, en la gran mayoría de los casos, corresponden a hojas abrochadas o pegadas (es decir, encuadernadas con lomo). Esta decisión se toma de acuerdo a la cantidad de páginas, al tamaño y al grosor del papel, en el caso de que sean abrochadas, las páginas siempre son múltiplo de 4 (cada hoja es doblada y esto genera 4 paneles o páginas), mientras que si son

encuadradas y pegadas con lomo deben al menos ser múltiplo de 2 (cada hoja resulta en 2 páginas), podemos dividir a los cuadernillos o librillos en tapa, contratapa, y páginas internas.

Los cuadernillos y librillos son utilizados como soporte de grandes cantidades de información, los usos de los cuadernillos o librillos son múltiples: encontramos librillos tanto en el packaging de CD y DVD llevando letras y créditos de los artistas, en un electrodoméstico como un manual de usuario y garantía, como catálogos, como libros de poesías o prosa, como libros de imágenes, como libros de balances de empresas, etc. Los tamaños, cantidad de colores y papeles utilizados en la impresión son altamente variables de acuerdo a la intención y objetivo de la pieza. (J. & Lane, 1993)

El diseño de un cuadernillo o librillo se inicia con el diseño de las grillas (las cuadrículas que se tendrán que respetar a lo largo de todo el documento), luego se continúa con las plantillas (diagramaciones base de cada tipo de página), y finalmente se incorpora el contenido ("armado") en cada página, basado en las plantillas. Es por esta razón que la cotización de estos trabajos debe tener en cuenta no solamente la cantidad de contenido (páginas y tamaños) sino también la homogeneidad y complejidad del mismo (es mucho más sencillo armar un libro de texto en donde la diagramación de cada página es igual a lo largo de todo el documento, que uno en el que cada página tiene una plantilla distinta).

Los Catálogos: Son piezas cuya misión es la de difundir, en forma prolija y ordenada, un elevado número de productos o servicios con fines comerciales. Los catálogos son herramientas fundamentales del marketing, tanto es así que existe el llamado "marketing por catálogo", utilizado por empresas de marketing directo, supermercados, tiendas de electrónica y computación, tiendas de belleza, etc.

En muchos casos, también sirven como base de datos y referencia de productos, por ejemplo, en la industria de repuestos automotrices o herramientas industriales. En la mayoría de los casos, se trata de piezas tipo

librillo o cuadernillo, a todo color, creadas para difusión masiva, la cantidad de páginas varía de unas pocas a varios cientos, y los tamaños son variados.

Generalmente cada página del catálogo (o cada producto) estará basada en una plantilla, esto permite estandarizar los listados de los productos o servicios, haciendo del armado y mantenimiento del catálogo una tarea mucho más sencilla para el diseñador.

Es por este motivo que los presupuestos de diseño de catálogos tienen en cuenta tanto la cantidad y complejidad de las plantillas a desarrollar (el "diseño" propiamente dicho) como la cantidad de productos o servicios a catalogar (el "armado" del catálogo). Es decir, es mucho más sencillo crear un catálogo de 100 productos que compartan la misma plantilla, que uno de 20 productos en el que cada página posea un diseño único. Los catálogos incluso pueden crearse a partir de bases de datos (tipo Excel, Access u otras fuentes de datos).

La promoción de ventas como instrumento de comercialización pueda contemplarse dentro de la planificación estratégica para lograr estimular el interés por la compra en períodos que será difícilmente vendibles (temporada baja) o antes situaciones de crisis. Todos estos instrumentos permiten dar a conocer un destino turístico y a consolidarlo como una imagen de marca.

Carpetas: Llamamos "carpeta" pieza cuyo objetivo es presentar y proteger a otras piezas que son contenidas en su interior, la fisonomía más usual de una carpeta es en la mayor parte de los casos similar a la de un díptico pero con el agregado de uno o más bolsillos en su interior, precisamente para contener otras piezas.

Es decir, generalmente una carpeta consta de una tapa y una última página con la información de contacto más dos caras internas. La diferencia de una carpeta con respecto a otras piezas consiste principalmente en el objetivo: mientras que en un díptico o en un tríptico se supone que la pieza contiene el mensaje a comunicar, en la carpeta son las piezas en su interior las que llevan

el mensaje, la carpeta es simplemente una forma de proteger y dar una presentación inicial.

Circuito Turístico: Es el conjunto de vías y visitas que se enlazan, constituyendo un itinerario cerrado, que nace y muere en idéntico lugar. (Rutas e itinerarios turísticos)

La Publicidad: Se enmarca dentro del marketing que trata de analizar el mercado para descubrir sus necesidades, interpretarlas y crear los productos y servicios capaces de satisfacerlas en el marco de los objetivos perseguidos por la organización empresarial. La función de la publicidad dentro del marketing es dar a conocer los productos y servicios turísticos, difundir una imagen de marca o la imagen de la empresa, diferenciándola de la competencia para que el receptor del mensaje pueda identificarlos. (J. & Lane, 1993)

"Publicidad": Actividades emprendidas con objeto de presentar a un grupo un mensaje impersonal, oral, escrito o visual, con respecto a un producto, servicio idea, patrocinado y diseminado en los medios de difusión masiva.

Aceranza, Miguel Angel. (2005)

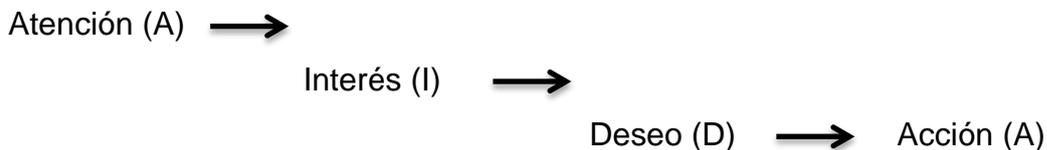
Esta transmisión del mensaje se produce a través de unos medios de comunicación (directos o indirectos). En el circuito de la comunicación tenemos:

- **Emisor del Mensaje:** La persona, organización, empresa o institución turísticas que quieren lanzar un mensaje publicitario turístico.
- **Receptor del Mensaje:** Es la persona, organización, empresa o institución que recibe el mensaje y tiene tres posibilidades de respuesta: 1) Dar una respuesta positiva; 2) Dar una respuesta negativa; y 3) No dar ninguna respuesta o ser indiferente al mensaje.
- **Feed Back:** Proceso de retroalimentación o de respuesta por parte del receptor del mensaje que puede adoptar las tres posturas anteriores.

- **Mensaje:**(Comunicación, Información, propaganda) que quiere dar el emisor al receptor, previamente codificada y decodificada para que el receptor la entienda, a través de un mismo lenguaje comunicativo. A veces en el transcurso del envío del mensaje pueden surgir ruidos o interferencias que dificulten la transmisión del mismo; por ejemplo: lenguajes distintos, conceptos distintos de los que quiere transmitir, que hacen distorsionar el contenido del mensaje y su transmisión.
- **Medios de Comunicación:** Canales a través de los cuales se transmite el mensaje, por ejemplo: vallas publicitarias prensa, radio, televisión.

La comunicación publicitaria es una información caracterizada por ser persuasiva, que debe incidir en las motivaciones y necesidades del destinatario de la misma (cliente del hotel, de la agencia de viajes, de la compañía de transporte etc.

Los objetivos de la comunicación publicitaria turística están basados en varios esquemas, el más aceptado es el denominado AIDA:



La publicidad ha de captar la atención y provocar, después, el interés y el deseo para que su destinatario realice la acción (comprar, convencer, asumir) la idea que la campaña persigue: AIDA², para alcanzar sus objetivos, la difusión de los mensajes publicitarios ha de llegar a sus destinatarios, estos constituyen el público objetivo.

La publicidad utiliza en consecuencia todos los medios de comunicación idóneos para que su mensaje sea conocido por el público objetivo. De entre los medios de comunicación destacan: prensa, radio, televisión y cine.

² AIDA: siglas del esquema de publicidad que significan Atención, Interés, Deseo, Acción.

Los mensajes publicitarios reciben diversas denominaciones, según el medio de difusión:

- Anuncio en Prensa
- Cuña en Radio
- Spot en Televisión y Cine

Los medios de comunicación de masas tienen una considerable importancia social pues difunden la mayor parte de la información que recibe de la sociedad y transmiten los valores sociales dominantes.

La función cultural e informativa que desempeñan favorece su gran capacidad de impacto como medios de difusión, a la que se debe su intensa utilización por la publicidad.

La publicidad es por otra parte, la principal fuente de financiación de los medio de comunicación de masas en los países con libertad informativa entre los demás medios de comunicación, diferentes de los de masas, los más utilizados en la difusión de la publicidad son la vía pública (donde se ubican vallas publicitarias, los medios de transporte (autobuses, metro, taxis, tranvías), el correo y la distribución a domicilios (buzoneo).Aceranza, Miguel Angel. (2005)

3.3.4. Técnicas empleadas por la publicidad turística

Las técnicas empleadas por la publicidad turística están basadas en las campañas publicitarias en las que se han de considerar, entre otros los siguientes aspectos:

- Definir la Segmentación de los Destinatarios del Mensaje (turismo juvenil, tercera edad, turista en general). Estudiar sus motivaciones, necesidades, hábitos intereses.
- Definir el mensaje, la creatividad del mensaje publicitario potenciará la capacidad de motivación y persuasión que tiene la publicidad, mensajes

de oferta de alojamiento, viajes transporte, recursos turísticos con relación al segmento de la población a que va dirigido el mensaje.

- Establecer el presupuesto con el que se dispone para llevar a cabo la campaña publicitaria.
- Elección de los medios de comunicación más idóneos, en general, en el sector turístico los medios más idóneos son: el correo o mailling, buzoneo, vallas publicitarias, medios de transporte.
- Establecer el término calendario y la periodicidad de difusión de los mensajes, teniendo en cuenta que si el mensaje es de lanzamiento, darlo a conocer en el mercado.

3.3.5. Efectos psicosociales de la publicidad turística

En las empresas de productos y servicios turísticos, el papel de la comunicación debería ser mucho más amplio que la simple información y la divulgación de la oferta de servicios. Las empresas turísticas, agencias de viajes, alojamientos, alquiler de automóviles, restaurantes, transportes, etc. necesitan ser conocidas. Por ello es importante facilitar datos sobre galardones y distinciones obtenidas, clientela VIP que ha elegido sus servicios, etc. y esta información debe estar presente en los medios de comunicación.

El crecimiento de la demanda de servicios de turismo depende también de los méritos reales de la propia oferta y del esfuerzo promocional y publicitario, de forma que impacten psicosocialmente sobre la demanda. Sin embargo, se ha de recordar el principio según el cual “la publicidad no puede compensar las deficiencias del producto o servicio”.

El efecto psicosocial de la publicidad de estas empresas debe anticipar las satisfacciones que espera el consumidor. La argumentación debe basarse en los beneficios buscados por el consumidor; el conseguir una imagen de marca

fiable es fundamental puesto que al ser los servicios turísticos intangibles, la confianza en la empresa es decisiva. El concepto de beneficios, en las empresas turísticas, representa la relación entre lo que el servicio puede ofrecer, además de los que el cliente espera.

Este beneficio es lo que puede marcar la diferencia entre dos servicios turísticos aparentemente iguales, es un valor añadido difícil de definir a veces. Todas las técnicas de comunicación, publicidad, promoción, ³merchandising y relaciones públicas son igualmente importantes en la difusión de la imagen de marca de los alojamientos, agencias de viajes, empresas de transporte y alquiler de vehículos, excepto en los hoteles, para el resto de las empresas turísticas, la acción de la venta personal tiene una importancia menor en comparación con el impacto psicosocial que tienen las demás técnicas de comunicación. La elección de los medios de comunicación estará condicionada por el número y localización de los componentes de cada uno de los segmentos de demanda turística que se analice.

En este punto, es de destacar el incremento del empleo de la publicidad directa, su utilización está abocada a mayores inversiones puesto que permite un tratamiento personalizado de la comunicación, y un seguimiento de cada uno de los elementos del público objetivo.

La verdadera fuerza de las empresas turísticas, radica en su estrategia de marketing, apoyada por las técnicas psicosociales de la comunicación publicitaria.

³Merchandising: Es el conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten presentar el servicio o producto en las mejores condiciones , tanto físicas como psicológicas al consumidor final

En este tipo de servicios caben especialmente tres estrategias:

- 1- **Liderazgo de Costes:** Consiste en obtener los costes más bajos del sector, lo que le permitirá seguir una política de precios bajos sin reducir la rentabilidad, desalentando la acción de la competencia o la entrada de nuevos operadores en su actividad.

- 2- **Diferenciación:** La oferta de los servicios turísticos diferenciados y las cualidades del servicio que corresponden a las verdaderas expectativas de los usuarios, proporcionan una ventaja real frente a la competencia. Son precisamente estas características diferenciales las que tienen que servir de base para la elección del eje publicitario sobre el que se prepararán las campañas de comunicación y, por tanto, también las publicitarias.

- 3- **Concentración:** La selección de uno o muy pocos segmentos de público, a los que la empresa turística dirigirá todos sus recursos, puede dar motivo a conseguir una ventaja competitiva frente a las demás empresas que compiten en el mismo sector.

Capítulo IV. Cuadro de operacionalización de objetivos específicos

Objetivos	Dimensión de análisis	Categorías	Técnicas
<p>Determinar la valoración de los pobladores del municipio de Estelí en relación al parque central de la ciudad de Estelí.</p>	<p>Valoración de los pobladores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos turísticos presentes en el lugar. • Servicios que presta. • Ubicación e infraestructura. 	<p>Encuestas</p>
<p>Realizar un diagnóstico FODA de la situación actual del parque.</p>	<p>Diagnostico situacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA • Nivel de deterioro • Afluencia de visitantes • Condiciones del mobiliario e infraestructura 	<p>Encuestas Entrevistas Observación directa</p>
<p>Elaborar una propuesta de desarrollo turístico del parque 16 de Julio de la ciudad</p>	<p>Desarrollo turístico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoras físicas al parque • Información para turistas • Articulación de atractivos turísticos • Publicidad integral 	<p>Materiales publicitarios.</p>

Capítulo V. Metodología

5.1. Tipo de investigación

Este tipo de investigación es de carácter cuanti - cualitativa porque hay datos cuantitativos obtenidos a través de instrumentos, a la vez es cualitativa por ser descriptiva.

5.2. Universo de Estudio

El parque central de la ciudad de Estelí

5.2.1. Localización del área en estudio

Estelí está ubicado en el centro del departamento de su mismo nombre, su extensión es de 795.67 Kms.², correspondiéndole el primer lugar entre los 6 municipios del departamento. La población total es económicamente activa y de estos el 14.8% están en el desempleo abierto (9.4% hombres y 5.4% mujeres), de la PEA total el 64.6% son hombres y el 79.5% de la PEA total es urbana.

La cabecera municipal es la ciudad de Estelí que dista a 148 kms de la ciudad de Managua, capital del país, en la ciudad de Estelí se concentra el 78.89% de la población que equivale a 125,484 habitantes, se organiza en tres distritos y un perímetro urbano.

La investigación se realizó en el departamento de Estelí, específicamente en el Parque 16 de Julio de Estelí.

5.3. Muestra

1250 Habitantes de la ciudad de Estelí.

5.3.1. Tipo de muestreo

Tipo de muestreo Probabilístico porque todos integrantes de la población puede ser seleccionados en el estudio.

Se utilizó el muestreo aleatorio simple el que consiste en elegir a los individuos al azar ya que los encuestadores se colocaron en alrededores del parque para aplicar los instrumentos de forma aleatoria.

5.3.2. Tamaño de la muestra

La teoría dice que la muestra debe de ser por medio de una fórmula que establece determinar el número de individuos al que se le aplica las técnicas.

$$n = \frac{N * Z^2 P * Q}{(N - 1)e^2 + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(125,484)(1.96^2)(0.5)(0.5)}{(15-1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = \frac{1205148,336}{9607,5}$$

$$n = 1249,56 \approx 1250$$

Por tanto, el tamaño de la muestra es de 1,250 personas.

5.4. Técnicas de recolección de datos

5.4.1. Encuesta

Es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como si lo hace un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en

estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión.

5.4.2. Grupo Focal

Es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales. Consiste en la reunión de un grupo de personas (entre 6 y 12), con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión para que no se aleje del tema de estudio. Las preguntas son respondidas por la interacción del grupo en una dinámica en que los participantes se sienten cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones.

Se realizó un grupo focal para evaluar propuesta de mejora del parque 16 de Julio. Los criterios para el grupo focal fueron:

- Personas mayores de edad.
- Pobladores de Estelí
- Personas que visitan el parque

El grupo focal se realizó en Casa Estelí con el Gabinete Departamental de Turismo donde se presentaron las propuestas de mejoras del parque 16 de Julio de la ciudad. Esto fue una herramienta muy importante para el intercambio de opiniones y enriquecimiento de la investigación.

5.4.3. Entrevista semi-estructurada

A través de entrevistas realizadas al periodista Gilberto Jerónimo Rúgama Rodríguez, Noel Gámez, Rosa Argentina Rugama, Rosa María Vanegas se logró conocer sobre los antecedentes históricos que encierra el parque central.

5.5. Etapas de la Investigación

La ejecución del proceso investigativo constó de cuatro etapas las cuales se detallan a continuación:

Etapa I: Revisión documental: para la realización del trabajo documental, primeramente se realizó una revisión documental de toda la información existente tanto en libros, internet y luego la coordinación con las instituciones y personas que nos brindaron la información.

Etapa II: Elaboración de instrumentos de investigación y levantamiento de información: en esta etapa se elaboraron los instrumentos, luego se validaron y por consiguiente se aplicaron. Las encuestas fueron aplicadas a propietarios de las diferentes empresas ubicados alrededor del parque y dos entrevistas realizadas al arquitecto Oscar Mejía de la alcaldía de Estelí, quien nos proporcionó información general sobre el proyecto de construcción del parque y a Roberto Moncada director de la cámara de comercio.

Etapa III: Análisis y ordenamiento de la información: se procesaron los datos obtenidos con los instrumentos aplicados a través de tablas y gráficos utilizando los programas SPSS y Microsoft Excel. Dichos datos fueron analizados y constituyen la fuente de información primaria del plan de la propuesta de mejoras del parque. En esta etapa también se usó la información obtenida en el grupo focal y las entrevistas previamente mencionadas.

Etapa IV: Informe final: con la información ordenada y analizada se elaboró un borrador del informe y se entregó al docente, para que este lo revisara y pueda determinar las fallas del trabajo, luego de revisarlo se procedió a corroborar las fallas, posterior a eso se hizo una devolución del informe a las personas que contribuyeron con la investigación durante la recolección de datos, para que a la fecha final de entrega el informe pudiera estar completo y cumplir con los requerimientos establecidos por las docentes.

Capítulo VI. Resultados

6.1. Valoración de los pobladores de la ciudad de Estelí sobre la situación actual del parque 16 de Julio

En el cuadro No.1 se observa la opinión de los pobladores sobre la situación actual del parque, el 32% considera que tiene una mala imagen, otro 26% observa que el parque se debe mejorar, el 24% mal estado y un 18% opina que existe mucho desorden.

Cuadro No.1 ¿Qué opina de la situación actual del parque? Universo: 1,250 encuestas		
Situación actual del parque	Frecuencia	%
Mala imagen	396	32
Hay que mejorar	324	26
Mal estado	306	24
Mucho desorden	224	18
Total	1,250	100

Fuente: Datos primarios de la encuesta.
Noviembre, Diciembre 2013

En el cuadro No. 2 El 26% dijo que si existe la seguridad suficiente en el parque y el 74% que equivalen a 930 personas dijo que no es seguro, si es en horas de la noche es más peligroso, ya que llegan jóvenes a tomar, a ingerir drogas y personas con trastornos mentales que representan un gran peligro.

Cuadro No.2 Universo: ¿Cree que existe la seguridad suficiente para visitar el parque? 1,250 encuestas		
Seguridad del parque	Frecuencia	%
Si	320	26
No	930	74
Total	1,250	100

Fuente: Datos primarios de la encuesta.
Noviembre, Diciembre 2013

Es por esto que muchos prefieren visitar la nueva plaza parque, restándole importancia al parque.

El 13% de pobladores valora que el mantenimiento del parque es bueno, el 48% opina que es regular y el 39% que es malo debido al deterioro del mismo.

Cuadro No.3 ¿Cómo valora el mantenimiento del parque? Universo: 1,250 encuestas

Mantenimiento del parque	Frecuencia	%
Regular	603	48
Malo	483	39
Bueno	164	13
Total	1,250	100

Fuente: Datos primarios de la encuesta. Noviembre, Diciembre 2013

La importancia que tiene el parque para el 12% de encuestados es por ser un punto de referencia, el 56% opina que el parque tiene mucha importancia porque es un lugar de recreación para todas las edades, seguido del 17% que dijo que es la principal Imagen de Estelí y 14% dijo que es importante por su historia.

Cuadro No.4 ¿Cuál es la importancia que tiene el parque para usted? Universo: 1,250 encuestas

Importancia del parque para los pobladores	Frecuencia	%
Lugar de recreación	706	56
Imagen de Estelí	217	17
Por su historia	180	14
Punto de Referencia	147	12

Fuente: Datos primarios de la encuesta. Noviembre, Diciembre 2013

El cuadro No.5 refleja que los pobladores están de acuerdo con la reubicación de los comerciantes con un 84% y No están de acuerdo con 16% ya que los pobladores aducen que su único medio de subsistencia y tiene derecho a trabajar.

Cuadro No.5 ¿Estarías de acuerdo con la reubicación de los comerciantes alrededor del parque? Universo: 1,250 encuestas

La reubicación de los comerciantes	Frecuencia	%
Si	1051	84
No	199	16
Total	1,250	100

Fuente: Datos primarios de la encuesta.

En el cuadro No.6 se puede reflejar que los encuestados estarían de acuerdo porque dan mala imagen a la ciudad con un 8%, por que no permiten el paso con el 42%, se les debe acondicionar módulos con el 18%, el 31% dijo porque el parque parece mercado 9 personas prefirió no opinar, representando el 1% de encuestados.

Cuadro No.6 ¿Porque estaría de acuerdo con la reubicación de comerciantes? Universo: 1,250 encuestas

Porque la reubicación de los comerciantes	Frecuencia	%
No permite el paso	526	42
Parece mercado	386	31
Se les debe acondicionar unos módulos	230	18
Dan mala imagen	99	8
No contestaron	9	1%

Fuente: Datos primarios de la encuesta. Noviembre, Diciembre 2013

El 75% de personas encuestadas está de acuerdo con el cierre de calles alrededor del parque para poder divertirse con más seguridad, además contribuiría al mantenimiento y limpieza del mismo, pero, el 25% No está de acuerdo por que aducen que habría más desorden y les tocaría caminar más para tomar un medio de transporte.

Cuadro No. 7 ¿Le gustaría que los alrededores del parque sean solo de uso peatonal? Universo: 1,250 encuestas

Los alrededores del parque sean de uso peatonal	Frecuencia	%
Si	937	75
No	313	25
Total	1,250	100

Fuente: Datos primarios de la encuesta. Noviembre, Diciembre 2013

Por qué un centro de información Turística aportaría a la incrementación de la demanda turística y por qué se les brindaría a las personas interesadas una atención especializada y de calidad, el 40% cree que sería excelente la idea, el 29% muy bueno y el 31% bueno.

Cuadro No. 8 ¿Qué opina de la ubicación de un cite? Universo: 1,250 encuestas

Ubicar un centro de información en el parque	Frecuencia	%
Excelente	499	40
Bueno	389	31
Muy Bueno	362	29

Fuente: Datos primarios de la encuesta. Noviembre, 2013

La creación de un CIT en la ciudad es importante según los pobladores porque no existe un centro de información Turística con un 4%, para brindar un mejor servicio y de calidad al Turista con el 20%, para conocer Estelí el 5%, para documentarse el 6%, el 29% dijo para el desarrollo Turístico de Estelí, el 11% dijo que es importante para para promover los destinos Turísticos de Estelí, otro 11% piensa que se incrementaría flujo Turístico y un 14% por que sería un nuevo punto de referencia en Estelí.

Cuadro No.9 ¿Porque cree que es importante un cite en el ámbito del turismo? Universo: 1,250 encuestas

Importancia de un centro de información Turística	Frecuencia	%
Para el desarrollo Turístico de Estelí	367	29
Para brindar un mejor servicio y de calidad al Turista	244	20
Punto de referencia	175	29
Para documentarse	149	6
Para promover los destinos Turísticos de Estelí	139	13
Porque el flujo Turístico crece	134	11
No existe un centro de información Turística	47	4
Para conocer Estelí	48	5

Fuente: Datos primarios de la encuesta. Noviembre, Diciembre 2013

El 36% opina que el papel desempeñado por la alcaldía municipal es bueno, el 45% cree que es malo, el 16% dijo que es regular y 46 personas que representan el 4% prefirió no opinar. Pero la mayoría que la responsabilidad de cuidar el parque no solo es de la alcaldía, pues desempeñen o no un buen papel, la población siempre se encarga de destruir, entonces nunca se mejorara la imagen si no se aporta a su cuidado.

Cuadro No. 10 ¿Cree que la alcaldía desempeña un buen papel con respecto al cuidado y mantenimiento del parque? Universo: 1,250 encuestas

Desempeño de la alcaldía	Frecuencia	%
Malo	554	45
Bueno	452	36
Regular	196	16
No contesto	46	4
Total	1250	100

Fuente: Datos primarios de la encuesta. Noviembre, Diciembre 2013

Para mejorar el estado e imagen del parque, la población de Estelí estaría dispuesta a contribuir de muchas maneras. El 28% dijo que aportaría No botar basura, el 2% estaría dispuesto a dar aporte económico, el 16% aportaría a la concientización primero personal y familia, el 16% le gustaría apoyar en la reforestación, el 3% se comprometería a ubicar personal de seguridad y limpieza el 6% aportaría pagando los impuestos correspondientes y el 4% no contesto.

Cuadro No.11 ¿Cómo aportaría al cuidado y manteniendo del parque? Universo: 1,250 encuestas

Aporte al cuidado y mantenimiento del parque	Frecuencia	%
No botar basura	348	28
Cuidar la infraestructura	317	31
Concientización	206	16
Apoyar a la reforestación	194	16
Pagando los impuestos	72	6
Ubicar personal de seguridad y de limpieza	38	3
Dar aporte económico	29	2
No contesto	46	4

Fuente: Datos primarios de la encuesta. Noviembre, Diciembre 2013

6.2. Diagnóstico de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) del parque de la ciudad de Estelí

La población de Estelí está creciendo año con año en el casco urbano, existen solamente dos parques: el Parque Central situado frente a Catedral Nuestra señora del Rosario y el Parque Infantil Wilfred Valenzuela, que está ubicado frente al hostel Tomabú. El rápido crecimiento de la ciudad requiere que se vayan diversificando y mejorando las áreas de equipamiento urbano existentes, así como equiparlos con zonas recreativas y comerciales.

El Parque Central de Estelí, en la actualidad se encuentra con una imagen degradada, debido a los severos daños a la infraestructura tales como: falta de seguridad en unos casos inexistentes en otros nulos, andenes en mal estado, bancas de concreto dañadas, juegos infantiles en completo deterioro, iluminación escasa, proliferación de comercios informales en zonas que entran en estridencia con el medio físico existente y con la función del parque, tratamiento de áreas verdes inexistentes, monumentos sin ningún eje focal que atraiga a los visitantes y que les de carácter y presencia y una serie de elementos que necesitan de una intervención urgente por parte de la municipalidad.

La práctica de los deportes extremos ha venido tomando mayor auge en las últimas décadas, siendo estos practicados por jóvenes quienes sin temor a lesionarse, realizan un sinnúmero de acrobacias, ya sea en patineta (skateboard) o en bicicleta (BMX). Actualmente nos encontramos con este fenómeno. El skateboarding o mono- patinaje es un deporte que se practica con una patineta en cualquier parte de una calle donde se pueda rodar, ya que es un deporte libre. El único impedimento de este deporte es el deterioro de las calles: baches, piquetes, badenes, etc., tanto el parque como las aceras de Catedral se han convertido en un punto de atracción para adolescentes y jóvenes del municipio de Estelí, lugar donde practican los denominados deportes extremos.

Estos lugares de encuentro, son sitios públicos para la recreación (pasiva y activa) pero no fueron diseñados y no contemplan espacios para la práctica de estos deportes, por esta razón los jóvenes skaters o bikersse toman las aceras, rampas destinadas para personas con discapacidad, etc., para colocar sus rampas y rieles, que han construido con sus propios medios, para realizar saltos y acrobacias característicos de este deporte. Al estar ocupando las zonas de estos espacios destinadas para otros fines recreativos, los jóvenes incomodan a los visitantes (principalmente del parque), además que dañan el mobiliario existente al no contar con las estructuras adecuadas para soportar el peso de una bicicleta, por ejemplo.

Esta demanda es creciente, por lo que requieren de instalaciones adecuadas que cumplan con las especificaciones que estos ameritan, es por estas razones que este plan de remodelación tiene como fin mejorar la imagen urbana de la ciudad.

FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Se encuentra punto céntrico	Proyecto de inversión por Ruta del Café
Espacio para mejoras	Los empresarios están dispuestos a contribuir con la mejora del parque
Cuenta con los servicios básicos	El parque está rodeado de atractivos turísticos
	Instalar un Centro de Información Turística
DEBILIDADES	AMENAZAS
Inseguridad	Incremento de comercio informal
Mal estado	Disminución de visitantes
No cuenta con imagen paisajística	Poca visión Turística
Pocos depósitos de basura	Conflicto político
	Áreas perimetrales utilizada para parqueo de vehículos.
	Aglomeración de basura

6.3. Propuesta de desarrollo turístico del parque 16 de Julio de la ciudad de Estelí

6.3.1. Justificación de la Propuesta de desarrollo turístico

El rápido crecimiento de la ciudad requiere que se vayan diversificando y mejorando las áreas de equipamiento urbano existentes, así como en zonas recreativas y comerciales. La imagen urbana de la ciudad de Estelí se vería beneficiada por el adecuado tratamiento, instalación y mantenimiento de áreas de equipamiento, atendiendo la demanda de la población que va en aumento y el mayor auge del turismo local e internacional.

Importancia de realizar mejoras en el Parque Central 16 de Julio del municipio de Estelí

Nicaragua posee gran diversidad en recursos naturales que poco a poco van ganando importancia, gastronomías, culturas y costumbres variadas, literatura y poesía, destinos turísticos con grandes potenciales ya que muchos de ellos tienen en su interior exuberantes bellezas naturales, que llaman la atención de turistas de diferentes partes de nuestra región y de Nicaragua entera e incluso visitantes extranjeros que llegan a nuestro país e invierten en los servicios ofertados, generando de esta manera ingresos y por ende contribuyendo al desarrollo del país. Las ciudades son las principales impulsadoras de la cultura y el desarrollo de cada región, fomentan y atraen intercambios de ideas, tienen una densidad de población mucho mejor, ayudando a la socialización y a la contribución de persona en persona.

Una de las características principales de cada ciudad es que en ellas siempre habrá un parque central, importante para toda la población que pueden llegar y disfrutar en familia un momento lleno de tranquilidad. La ciudad de Estelí, posee un parque central conocido como "**Parque 16 de Julio**", el cual figura como el principal punto de referencia para cualquier persona ya sea de la misma ciudad o visitantes que llegan en busca de nuevas alternativas para hacer turismo.

Lamentablemente el parque con el pasar del tiempo se ha venido deteriorando por falta de cuidado por parte de la población en general y de la alcaldía municipal que no le está dando el cuidado y mantenimiento adecuado, es decir que han permitido que este vaya perdiendo su belleza y su importancia nos solo histórica, también cultural y turística.

Es muy importante contribuir a los planes de mejora para rescatar lo que un día fue nuestro bello parque central de la ciudad de Estelí, pues los antecedentes que este tiene en cuanto al estado que tenía en tiempo no muy lejano, son muy buenos en comparación al estado que tienen actualmente. Hay que tener muy en cuenta que un parque es la principal imagen que tiene una ciudad, puede hablar por sí mismo y reflejar cual es realmente la educación y formación que tienen sus habitantes.

El parque central de nuestra ciudad se encuentra en total estado de abandono, el hecho de haber permitido que sus aceras sean utilizadas para el comercio, provoco que la contaminación ambiental vaya en aumento, el uso inadecuado de los desperdicios producidos por la misma gente que transita por el lugar, contribuye a la generación de enfermedades, malos olores, moscas y la cantidades de perros ambulante que ensucian y sacan la basura de los depósitos de desechos establecidos.

Es por ello que consideramos que la aplicación de nuevas propuestas de mejoras para el parque vendría a beneficiarnos, pues trabajaríamos en pro del rescate de nuestro principal punto de referencia; con un parque limpio, cuidado, reforestado, con espacio suficiente para la recreación, en donde podamos estar tranquilos, relajados y con mucha seguridad, será una gran atracción para los visitantes de las ciudades aledañas y de la misma ciudad.

Es importante señalar que estas propuestas no fueron elaboradas con el fin de afectar o perjudicar a comerciantes que se encuentran situados en este lugar trabajando para poder llevar el pan de cada día a su hogar, si no para hacer conciencia del daño que estamos provocando a este espacio de recreación, de gran importancia para todos y cada uno de los habitantes, recordemos que **"Tu casa es la imagen de lo que eres"**, y este lugar (el parque), es parte de nuestra casa, que es nuestra ciudad Estelí, no queremos que nuestros

visitantes se vaya con una mala imagen de lo que somos los norteños solo por el simple hecho de no querer aportar al cuidado de nuestra región, esto es algo que está al alcance de nuestras manos, solo necesitamos la voluntad de ver nuestro pequeño rinconcito donde habitamos, limpio y en buen estado para disfrutarlo con la garantía de que también las nuevas generaciones podrán hacerlo. También tengamos en cuenta que ayudar a ello es una obligación como ciudadano, pues si no cuidamos lo nuestro nadie más lo va hacer, así como hacemos uso y nos servimos de este recurso, cuidémoslo, es muy fácil, solo depositando la basura en su lugar, cuidando plantas y no dañando lo que tiene, traeríamos un gran beneficio para el desarrollo de nuestra ciudad Diamante de las Segovias.

Este trabajo contribuirá a obtener una mejor visión turística del parque que beneficiara a la Alcaldía de Estelí, ONG y a la población general.

6.3.2. Objetivos de la Propuesta de desarrollo turístico

Objetivo General

Determinar las acciones más apropiadas para el desarrollo turístico del parque y los atractivos cercanos al mismo.

Objetivos Específicos:

1. Proponer acciones de mejoras del parque que impulsen el desarrollo turístico de la ciudad.
2. Diseñar un circuito turístico que articule los lugares públicos más relevantes en la zona cercana al parque.
3. Elaborar un conjunto de estrategias promocionales para los lugares incluidos en el circuito turístico.

6.3.3. Objetivos y actividades de la propuesta turística

6.3.3.1. Acciones de mejoras de corto plazo (1 A 2 AÑOS)

- **Obras de mejoras y nuevos monumentos existentes:** Tales como el monumento de la madre, incluir nuevos monumentos como chaman, don Felipe Urrutia, Francisco Rivera Quintero. Las obras consistirán en dotar a los espacios de cercado perimetral, mobiliario urbano y tratamiento de piso.
- **Caseta para lustradores:** Con el objetivo de mejorar la imagen del sector y proveer de un espacio en donde puedan converger todos los lustradores, se construirá una caseta que permitirá que estos brinden sus servicios en un área que cumpla con las condiciones requeridas

para tal fin, dotándoles de techo y comodidad para el desarrollo de las mismas.

- **Reparación y dotación de juegos infantiles:** A lo largo de los años, estos juegos infantiles han recibido tratamiento de pintura; sin embargo, no se ha percatado que los materiales con el tiempo se van deteriorando. En la actualidad encontramos juegos en mal estado, cuyos materiales componentes necesitan una sustitución total o parcial. El presente plan contempla el mejoramiento y en algunos casos sustitución y dotación de nuevos juegos.
- **Mejoramiento y tratamiento de las áreas verdes en todo el parque:** En la actualidad vemos áreas verdes en completo abandono, si bien es cierto se cumple con regarlas y podarlas, muchas áreas se encuentran socavadas por no contar con el elemento natural, así mismo las pocas áreas verdes existentes que no tienen un orden definido y no cuentan con la dinámica necesaria para brindar la atención adecuada del parque. Se propone una serie de jardineras aéreas estilo embudo con vegetación floreciente en casi todo el año para dar vida a cada una de las áreas verdes y sitios de interés.
- **Ordenamiento de los pequeños establecimientos comerciales:** Se puede corroborar que a lo largo de los años, tanto el parque central como el parque infantil han sido objeto de proliferación de pequeños comercios informales tales como: pequeñas pulperías (casetas), lustradores y vendedores ambulantes.

Este plan pretende la reubicación de los mismos para conformar una sola zona comercial y así mejorar la imagen del parque, despejar las áreas destinadas para la circulación de los visitantes y dar buen uso de la infraestructura del parque.

- **Asignar nuevas paradas de urbanos:** Las paradas de urbanos se encuentran frente a la alcaldía y a la catedral, esto provoca la

conglomeración de las personas en las calles en estos lugares, los urbanos son los medios de transporte más utilizado por las personas, esto provoca que en el tiempo de estar esperando la llegada del urbano que los transportara a su destino, tiren basura, dañen plantas que están al alcance, impiden el paso de otros etc.

- **Colocar depósitos de basura, dentro y fuera del parque, elaborados de materiales que no se deterioren con facilidad:** Se planteó esta pregunta para saber que tan de acuerdo está la población de la ciudad con la colocación de nuevos puestos de basura pero de materiales que no se deterioren. Se ha visto estos contenedores no duran por mucho tiempo debido a la lluvia y el sol, además de la falta de conciencia de algunas personas que los dañan sin ningún motivo o con la intención de venderlos como chatarra.
- **Que el kiosco ubicado en el centro del parque, sea utilizado o convertido en un centro de información turística:** Por ser el parque central el principal punto de referencia para todos los visitantes que llegan a la ciudad de Estelí, hicimos esta pregunta, ya que el kiosco es un buen punto para la ubicación de un centro de información turística y porque creemos que el mismo no está siendo utilizado de la manera correcta, esto permitirá que los turistas obtenga la información que necesita fácilmente.
- **Cercar las áreas verdes del parque:** Se pretende cerrar las áreas verdes del parque para con entradas solo para personal autorizado para realizar obras de mantenimiento como la plantación de nuevas especies ornamentales entre otras cosas.
- **Reubicar y mejorar los servicios higiénicos:** Al colocar servicios higiénicos en un determinado lugar, el principal compromiso debe de ser el aseo y cuidado, los que están en el parque no cumplen con este aspecto importante, al consultar a la población que transita por este lugar, nos

dimos cuenta que esta es una gran necesidad, pues estos servicios dan mal aspecto debido a los malos olores y falta de mantenimiento.

- **Darle mantenimiento (limpiar) al parque dentro y fuera 1 o 2 veces a la semana:** Es necesario darle mantenimiento al parque para mejorar la calidad de su atractivo paisajístico, esto vendría a contribuir a la mejor imagen que actualmente tiene, las respuestas dadas por los encuestados nos reflejan que el cuidado y mantenimiento debe ser de todos los días, por ser el parque, el atractivo principal, que a diario es visitado y que a diario las personas ensucian.
- **Ubicación de fuentes de agua para el uso de la población:** Ubicar puestos de agua sería de gran beneficio para la población y para el parque, esto vendría a disminuir la compra de agua en bolsa por las personas, ya sean niños o adultos que vienen al parque a recrearse y a jugar, aportando a la no contaminación dentro y fuera del parque.
- **Restricciones en el parqueo de vehículos:** Uno de los puntos importantes a controlar es el parqueo de vehículos alrededor del parque porque esto evita que los turistas puedan observar el parque y transitar con mayor libertad de un lugar a otro.
- **La siembra de árboles de sombra en puntos estratégicos, dentro y fuera (aceras) parque:** Sabemos que el parque posee árboles, pero es necesaria más reforestación con plantas ornamentales de diferentes tipos, esto sería de más atracción para los visitantes y además le daría un toque más paisajístico, siempre y cuando sean cuidados, no solo por las personas que lleguen, también por las personas encargadas del cuidado del parque.

- **Cambio de las bancas, que sean cómodas y bajo casetas, para evitar el deterioro por el sol y la lluvia:** Al hacer esta encuesta pudimos notar que las personas elegidas para responder a nuestras preguntas, estaban utilizando las bancas pero no estaban cómodas como ellos hubieran deseado, estas bancas se encuentran en muy mal estado, algunas están quebradas, sin piezas, con estillas salidas, que representan un gran peligro para los que se sienten en ellas.
- **Colocación de una placa con información relevante del parque y de la ciudad de Estelí:** En el parque no hay nada que nos haga saber fechas o datos relevantes de la ciudad de Estelí, por ejemplo: la fecha de construcción del parque, alcaldía o catedral, la población, cuando fue elevada a ciudad, etc.

Estos datos son interesantes no solo para los visitantes que ingresan, ya sean nacionales o extranjeros, también para la misma población, estudiantes de primaria, secundaria y universitarios, recordemos que como estelianos deberíamos conocer estos detalles pues a la hora de visitar otro lugar, podemos dar a conocer nuestra linda ciudad, dando datos verdaderos y con certeza de lo que se está hablando.

Cuadro descriptivo con propuestas de mejora.

Estado Actual	Lo que se necesita
	Bancas en mejor estado, donde las personas se pueda descansar tranquilamente, de materiales que no se deterioren, calienten o quiebren.



Que el kiosco en el centro del parque sea convertido en un centro de información turística que permita a la ciudadanía en general tener información al alcance de la mano.



Es necesario que los comerciantes sean reubicados en un lugar ideal para el comercio no en una zona de recreación familiar con tanto movimiento de personas.



Asignar nuevas paradas de urbanos, por ser uno de los principales medios de transporte de la población y la actual parada que tienen hacen que el frente de la catedral y de la alcaldía siempre estén sucios y con multitud de gente.



Se necesita que los juegos para niños y niñas que llegan al parque sean mejorados, actualmente estos representan un peligro para ellos, que los materiales sean de calidad para evitar el deterioro por el sol y la lluvia.



Que los depósitos de basura sean de materiales que no se dañen y que sean ubicados en varios puntos del parque al alcance de la población, que estén seguros para que no sean robados y que los perros callejeros no saquen la basura pero fácil de mover por los recolectores de basura.



Las calles están completamente inundadas por comerciantes y vehículos personales, esto impide el desplazamiento de los peatones y además el exceso de velocidad de algunos carros que circulan representa un gran peligro, por esto queremos que las calles sean solo para uso peatonal.



La situación en la que se encuentran los servicios higiénicos es lamentable, pues los malos olores que emanan son desagradables. Por este motivo es preferible que sean removidos o que se les dé un mejor cuidado y mantenimiento.



Que se coloquen fuentes de agua potable para el uso de las personas, esto contribuiría a que los visitantes eviten comprar bolsas o botellas de agua que luego dejan tiradas en el suelo generando la acumulación excesiva de basura.

6.3.3.2. Mejoras a mediano plazo (3 años): Propuesta del centro de información Turística en el parque 16 de Julio del Municipio de Estelí

El centro de información turística para el parque central de Estelí, es una propuesta que se elaboró con el objetivo de mejorar la imagen actual del parque además de otras mejoras en cuanto a infraestructura se refiere.

En este Centro de Información Turística se pretende aportar a la atención de la población en general y turistas nacionales o extranjeros, estudiantes, etc., en la ciudad de Estelí no se cuenta con una oficina de información, por esto la construcción de un nuevo centro de información sería de gran beneficio para contribuir a la atención y promoción de destinos turísticos.

En Nicaragua existe una limitada información turística, principalmente del potencial de nuestros recursos, lo que provoca una escasa coordinación de las actuaciones sociales para solucionar el problema de falta de información que se albergan en el departamento de Estelí y que además inducen a una planificación deficiente en el manejo de la información; ya que la misma no está restaurada y desunida por la débil capacidad institucional para articular la información.

La creación del Centro de Información, Capacitación y Divulgación de información turística (CITE), en el que la población local y los visitantes de la zona obtengan información precisa y real de los destinos turísticos y su conservación, una información articulada y restituida; que de esta manera se promueva una acción colectiva de cambio ante una gestión de promoción más efectiva y que promueva nuevas alternativas para mejorar la situación la demanda turística.

Con la creación del CITE y el funcionamiento del mismo se obtendrá un incremento en la información en un 20 % de la población, el acceso a la información que brinda el CITE en un 30 %, el aumento de un 45 % de la divulgación turística en el municipio y la articulación de entidades locales, institucionales en el desarrollo del proyecto y se mantendrá organizada una red de personas en temáticas de turismo pertenecientes al grupo de trabajo del CITE.

Justificación

El turismo constituye actualmente una de las actividades más importantes para Nicaragua. Existen diferentes tipos de turismo alternativo las cuales que se realizan en los diferentes municipios dependiendo del clima y región geográfica.

El turismo atrae turistas nacionales e internacionales, Estelí cuenta con mucho potencial turístico que no se ha dado a conocer por falta de divulgación e información sobre los diferentes destinos turísticos y actividades que se realizan en relación al tipo de turismo que se pondrá en práctica por esto es necesario la creación de un centro de información turística en el parque central

de Estelí como punto de referencia para atraer a los diferentes turistas locales, regionales, nacionales e internacionales ya que Estelí es un departamento internacionalmente conocido por poseer reservas naturales, historia, gastronomía y cultura.

Esto es un factor importante para aprovechar a los visitantes, encaminados a potencializar los destinos turísticos del municipio.

Objetivos del Centro de Información turística

1. Promover el potencial turístico orientado al uso racional de los RRNN a través de los servicios de capacitación e información turística.
2. Promover una información articulada y actualizada de los destinos turísticos de la zona.

En base a los objetivos anteriores este centro de información turística se destinará a:

- Prestar un servicio público de calidad.
- Dar a conocer y mejorarla calidad de los destinos turísticos de la región.
- Facilitar la estancia de los turistas.
- Aumentar la llegada de turistas, facilitando y haciendo más cómodas sus futuras reservas, estancias y recorridos.
- Brindar información actualizada y al alcance de la mano del solicitante.
- Promover nuevos destinos turísticos que sean muy poco conocidos y su principal potencial.
- Contribuir al desarrollo turístico de la región y apoyar en actividades de carácter turístico.
- Facilitar material de propaganda o informativos.

- Ayudar a la concientización de la población, de cómo hacer un uso adecuado de los recursos naturales y culturales que poseemos.

Misión y visión del Centro de Información Turística Estelí (CITE)

Misión

Prestamos un servicio público de calidad de los destinos turísticos de la zona urbana y rural, facilitando la estancia a los potenciales turistas, aumentando así la llegada de más turistas, facilitando y haciendo más cómoda sus futuras reservas, estancias y recorridos en su radio de acción, atrayendo más turistas, vendiendo la historia, cultura, murales del departamento, para que no se limiten a visitar únicamente las reservas naturales, sino que descubran otros atractivos turísticos de la zona.

Visión

Ser el centro más amplio de información turística brindando otros servicios que no se han incluido, abarcando los cinco departamentos de la región norte y creando una móvil de información en el departamento de Estelí, asistiendo a lugares más concurrido por eventualidades.

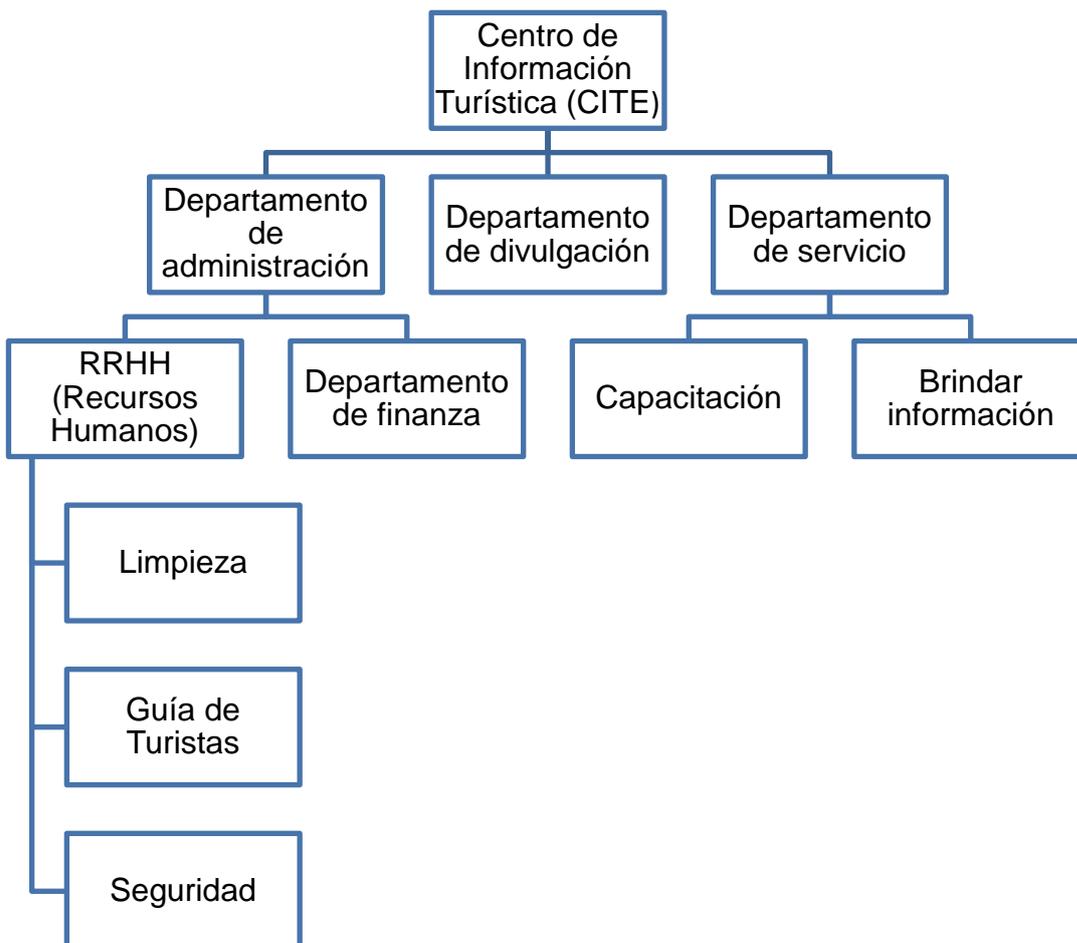
Que los turistas puedan tener mayor estancia en el departamento de Estelí ofreciéndoles más alternativas de turismo para que puedan realizar mayor número de actividades y por ende generando más ingresos.

Organización del Centro de Información Turística Estelí (CITE)

- **Nombre de la Organización:** Centro de Información Turística Estelí.
- **Ubicación:** Parque Central Estelí, departamento de Estelí.
- **Número de Empleados:** 13 empleados divididos en: 1 Director del centro de información, 1 secretaria(o recepcionista), 1 responsable de ventas, 8 guías de turistas, responsable de finanzas y responsable de recursos humanos.

- **Segmento de Mercado:** Turistas locales, nacionales y extranjeros.
- **Tipo de Oficina de Información Turística:** Información de la región Norte, departamento Estelí.
- **General del Estado:** Manejada por estudiantes egresados de la FAREM-Estelí.
- **Proveedores de Material Publicitario:** INTUR Estelí, Alcaldía.

Propuesta de organigrama del CITE



Áreas del centro de información turística

- **Coordinación:** Se encargara de coordinar todo lo necesario para que este centro tenga un buen funcionamiento y atención y servicios de calidad.
- **Sesiones de trabajo:** Este planificara las reuniones para ver el funcionamiento del centro, supervisiones de trabajo y evaluar la atención prestada al visitante.
- **Recursos humanos:** Se contratará un equipo de trece personas que brindaran diferentes servicios en el centro de información turística como capacitaciones, recopilación de información y actualización de la misma, creación de paquetes turísticos, brindar información, brindar consultorías y capacitaciones a empresarios de turismo.
- **Investigación:** Se actualizara la información de los destinos turísticos y se ofertaran lugares no conocidos para aumentar la demanda de los mismos.
- **Reproducción de material:** Se reproducirán trípticos, brochures, se hará la página web (www.visitcote.org) para facilitar el acceso a información y reproducción de la misma.
- **Capacitaciones:** Se brindara desde el centro de información capacitaciones sobre atención al turista, guías de turistas, sistema de calidad turística e alternativas y prácticas de turismo sostenible.

Servicios del Centro de Información Turística

Empresas turísticas: Son aquellas relacionadas con el turismo. Hay dos grandes bloques las que producen bienes y servicios (productoras), y las que los distribuyen (distribuidoras).

¿En qué consiste el servicio?

El centro de información turística brinda orientación sobre todo lo que el departamento ofrece (patrimonio natural, histórico-cultural y eventos programados). En este sitio se puede conseguir información sobre visitas guiadas, alojamientos con tarifas económicas, gastronomía, eventos, actividades culturales, horarios de museos, lugares para visitar y mapas de la Ciudad, otros materiales publicitarios (brochures, revistas y tarjetas, etc.) y servicio de internet.

¿Dónde se brinda el servicio?

Existirá un centro de información turística en el centro del casco urbano, punto de afluencia de los turistas en el parque central de Estelí, que se mantendrá en constante comunicación con los diferentes destinos del municipio.

¿A quién/es está destinado/s?

El servicio está destinado a turistas y residentes del departamento de Estelí.

¿Cómo acceder al servicio?

Se puede acceder a los servicios del Centro de Información Turística acercándose al mismo en su horario de atención:

De 8:00 am a 5:00pm - Lunes a Viernes

Sábados de 8:00 am a 5:00 pm

Domingos de 8:00 am a 1:00 pm

El centro de información turística estará ubicado en el centro del parque central de Estelí, lugar que figura como el principal punto de concentración de visitantes. En este lugar se proporcionará información de interés a la población en general que la solicite como mapas turísticos, brochures, folletos, postales, afiches, souvenirs, videos de los diferentes destinos turísticos de la región, listado de negocios que están ofreciendo sus servicios y otros materiales de interés.

Además contaremos con información sobre recursos y actividades culturales (monumentos, museos, ferias, congresos y lugares de interés), información y orientación sobre actividades turísticas (culturales, recreativas, deportivas, ofertas turísticas, etc.).

Los servicios a los cuales pueden acceder son:

Información y asistencia al turista: Es la oficina departamental de información turística y se observan algunos de los materiales informativos que se entregan gratuitamente a los visitantes: mapas, folletos y calendario de festividades nacionales; excepto el servicio de internet que tiene un costo definido.

La información turística: Es el conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional en oficinas de información turística a través de informadores turísticos o guías, intérpretes, correos de turismo, acompañantes de grupo, videos, etc.

La definición incluye aquellos servicios públicos dependientes por regla general de organismos públicos o instituciones que tienen como misión informar facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información.

La información turística incluye información sobre:

- **Recursos y actividades culturales:** Monumentos, museos, espacios rurales, lugares de interés turístico, ferias, congresos y festivales.
- **Información y orientación sobre actividades turísticas:** Culturales, recreativas, deportivas y de ocio o esparcimiento.
- **Información y orientación sobre oferta turística:** Servicios de interés (transportes, hospital, teléfonos).
- **Facilitar material de propagan o informativo:** Folletos, carteles, guías, mapas y planos, facilitar datos informáticos (video tex), elaborar estadísticas Participar en comercialización de empresas de su ámbito de información.

Sostenibilidad

El perfil del proyecto a desarrollar es sostenible y sustentable enmarcado a la facilitación de información turística desde la alcaldía e INTUR y los puntos que la móvil se desplazara.

- **Sostenibilidad Social:** Este proyecto beneficiara a los pobladores y traerá visitantes nacionales e internacionales Generando más ingresos al departamento.
- **Sostenibilidad Institucional:** El centro de información turística cuenta con la articulación para la ejecución de las actividades como son: INTUR, ALCALDIA. Estas autoridades en coordinación con el CITE serán las encargadas de darle continuidad al proyecto o bien identificar nuevas propuestas para su consolidación y progreso.
- **Sostenibilidad Financiera:** El CITE un centro de información que estará financiada por el proyecto Ruta del café Nic - 024 cooperación de Lux developpement, agencia luxemburguesa para la cooperación al

desarrollo turístico de la región Norte de Nicaragua en contra parte la Alcaldía de Estelí desde el gabinete de turismo.

Viabilidad

El centro de información turística cuenta con estudiantes, capacitados en turismo.

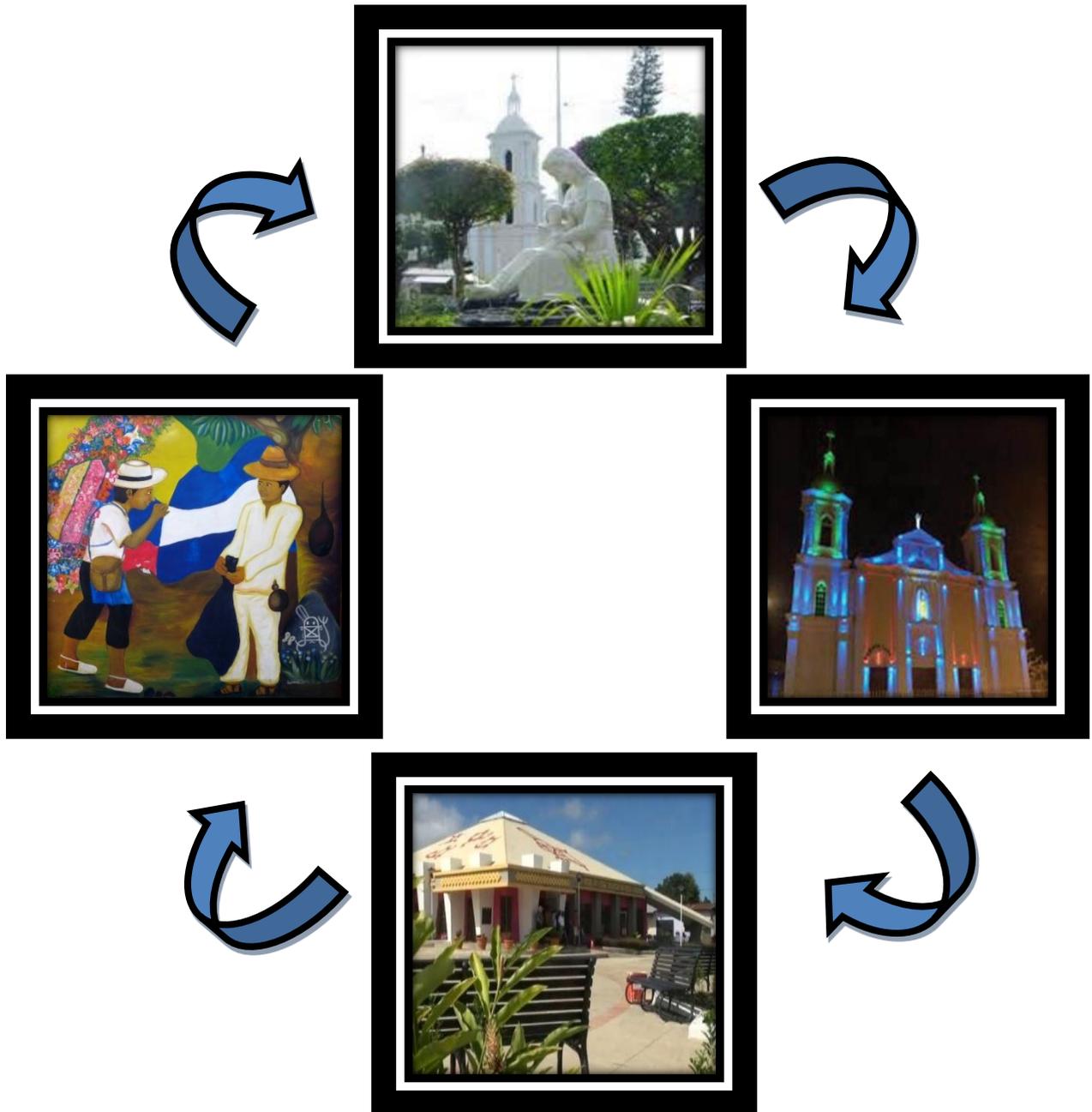
Cuenta con la articulación de INTUR que es el órgano rector de turismo, el gran ducado de Luxemburgo en el marco del proyecto Nic- 024 Ruta del café en la región Norte de Nicaragua, interesada en el desarrollo local y regional turístico, organizaciones que están financiando este proyecto garantizan que es viable creando las estrategias necesarias para que el proyecto tenga éxito y se le dará continuidad porque los sucesores son estudiantes de la universidad FAREM-Estelí.

Este centro de información servirá para que estos estudiantes hagan sus pasantes y los pobladores puedan obtener la gama de servicios que oferta el departamento de Estelí y la región Norte de Nicaragua.

6.3.4. Diseño del circuito turístico

Nombre del circuito: " Estelí... Arte, Historia y Cultura"

Estudiantes de turismo sostenible, quienes realizan su Seminario de Graduación proponen un circuito turístico en el departamento de Estelí que incluye: Museo Alejandro Dávila Bolaños, Parque 16 de Julio, Catedral de Estelí y no podemos olvidar los famosos Murales de la ciudad.



DIA 1: CONOCIENDO NUESTRA HISTORIA

La ciudad Estelí ubicada a 148 km aproximadamente de la capital de Managua, en un lugar privilegiado por su clima, entre montañas a 843,97 msnm, la ciudad de Estelí una de las más placenteras de toda Nicaragua con un clima del tipo monzónico de tierras altas, ofrece una variedad de atractivos turísticos que tú podrás disfrutar, desde historia, arte y cultura.

Museo de Historia y Arqueología Alejandro Dávila

Ubicado en la plaza parque Domingo Gadea de Estelí, el cual cuenta con una colecciones de objetos geológicos, coloniales, históricos, naturalistas y modernos. Se destacan en el museo la historia y hazañas de los combatientes del FSLN en las tres insurrecciones contra la dictadura somocista. También se pueden apreciar en fotografías a personalidades de Estelí que se han destacado en los últimos tiempos.

Importantes piezas arqueológicas pueden apreciarse en el museo entre ellas una majestuosa obra dedicada a las heroicas mujeres Estelianas y más al interior el petroglifo de El Brujito Chaman, símbolo de Estelí, que fue trasladado al museo luego de pasar durante varios años bajo la intemperie frente al parque de Estelí.

Parque 16 de Julio

El parque de la ciudad de Estelí, se ha ido transformando a través del tiempo, ya existía esta área verde desde los años 20, aquí se celebró el centenario del traslado de Villa Vieja del Valle de Michigüiste en 1823.

Durante el gobierno de José Santo Zelaya, las autoridades locales le nombraron el Parque "Blanca" en agradecimiento a los pobladores Estelianos por la restauración del departamento y homenajea a la esposa del presidente que tenía ese mismo nombre.

Este sitio fue escenario durante las tres insurrecciones en contra de la dictadura somocista durante los años 1978 y 1979, con el triunfo de la Revolución popular sandinista, le dieron el nombre de "Parque 16 de Julio"

conmemorando la liberación de Estelí. Está ubicado: en el barrio René Barrantes, frente al edificio de la Alcaldía Municipal de Estelí.

Catedral

La Catedral Nuestra Señora del Rosario de Estelí es la sede de la diócesis y está dedicada a la advocación mariana de nuestra señora del Rosario, patrona de esta majestuosa ciudad.

Tiene un estilo neoclásico y moderno, fue consagrada como sede el 17 de Diciembre, se le conoció hasta la década de 1990, como la Catedral Blanca

Murales de Estelí.

El uso de los murales en Estelí, data de muchos años atrás, en los treinta, eran infinidad de casas las que contaban con murales hechos por los mismos propietarios, esta costumbre fue propia entre gente de pocos recursos económicos, que no les era posible realizar divisiones de buen material entonces utilizaban biombos y los decoraban con dibujos llamativos. (Fajardo, Jose Floripe, 2004)

Los Talleres de Muralismo le abrieron un espacio a la niñez y adolescencia para despertar su espíritu artístico y de recreación. “Así nosotros, la niñez de ese entonces, podíamos expresarnos a través de algo”, subraya. Osiris que se inició en el taller del barrio Oscar Gámez, ha participado en la creación de fantásticos murales en escuelas, estaciones de buses y otros lugares públicos. “El ser muralista te da una pauta para seguir luchando y que los niños y niñas y adolescentes puedan expresarse ante la población y dar a conocer la historia del municipio.

Los talleres de muralismo se fundaron en la ciudad en 1989, a fin de promover la organización infantil, mediante la producción colectiva de arte público, con la participación de la niñez y adolescencia de escasos recursos económicos, así como de menores trabajadores, discapacitados y privados de libertad.

6.3.5. Estrategias promocionales del circuito turístico “Estelí... Arte, Historia y Cultura”

La publicidad es un factor determinante para un destino turístico, por esta razón se crea un pequeño plan de publicidad relacionado con los medios y materiales publicitarios con mayor aceptación de la población.

Para esto se recomienda que dentro de la publicidad se realicen promociones de acuerdo a los productos o servicios que se ofrecen. En el parque 16 de Julio después de realizar mejoras es necesario establecer los medios o materiales publicitarios, esto con el objetivo de incrementar la oferta y demanda de turistas, por ende, complementarlo con los atractivos que se encuentran cerca de este punto mediante un circuito turístico que incluye el museo - parque Alejandro Dávila Bolaños, parque 16 de Julio, la Catedral Nuestra Señora del Rosario y la calle de los murales, es una buena opción para contribuir al desarrollo de la ciudad

Para lograr un plan de publicidad es necesario establecer estrategias de marketing por ejemplo: establecer un precio por entrar a estos lugares con descuentos para estudiantes o grupos grandes.

De acuerdo a lo antes descrito se formulan acciones concretas de publicidad:

Brochure: Este contempla los diferentes atractivos que están dentro del circuito turístico para que los visitantes puedan establecer un itinerario y así hacer más duradera la estadía de los turistas, por ende obtener mayores ingresos.

Revista: La revista se elaboró con el fin de articular los atractivos turísticos y buscar otras alternativas publicitarias de calidad y agradables a la vista del lector, la revista contempla datos específicos e importantes como: localización de los destinos turísticos ¿Cómo llegar? ¿Dónde ir? ¿Qué actividades se pueden realizar?, así como el costo de guía local, itinerarios de buses de las dos terminales entre otros datos que necesita el turista y que actualmente no se encuentran plasmadas en ningún material publicitario.

Vallas publicitarias: Las vallas publicitarias como es conocido por todos, se encuentran en la entrada o salida de los departamentos, actualmente en la entrada de Estelí existe una valla publicitaria que da la bienvenida a esta ciudad resaltando los atractivos del departamento; pero también es conocido que el parque 16 de Julio, al igual que el museo – parque, que es una construcción nueva, los murales con mensajes educativos, la iglesia nuestra señora del Rosario que guarda la historia de la ciudad, no están articulados dentro de vallas publicitarias, es por esto que se propone una vallas donde este la imagen de estos atractivos.

También es necesario darse cuenta que los gustos y preferencias no son iguales por lo que existen medios de comunicación radial, televisivo, en redes sociales y es necesario aprovechar todos estos para promocionar los destinos o atractivos turísticos.

Televisión: Uno de los medios más vistos es la televisión, por lo que se aprovecha este espacio para realizar spot publicitarios dando a conocer los atractivos turísticos del circuito, esta información llega a todos los hogares a través de la televisión local y una proyección nacional con alcance en la mayoría de los canales nacionales.

Actualmente estos medios de comunicación tienen alcance en línea por medio de internet.

Radio: Éste constituye uno de los medios de comunicación, que por su costo, tiene mayor presencia en los hogares. En función de lo anterior, para evitar cualquier fuga de segmento de mercado, se hace necesaria la utilización de este medio, lo cual constituyen a la vez, la forma más fácil de promocionar el circuito turístico, en cuñas radiales, anuncios, por medio del mix promocional, entre otros,.

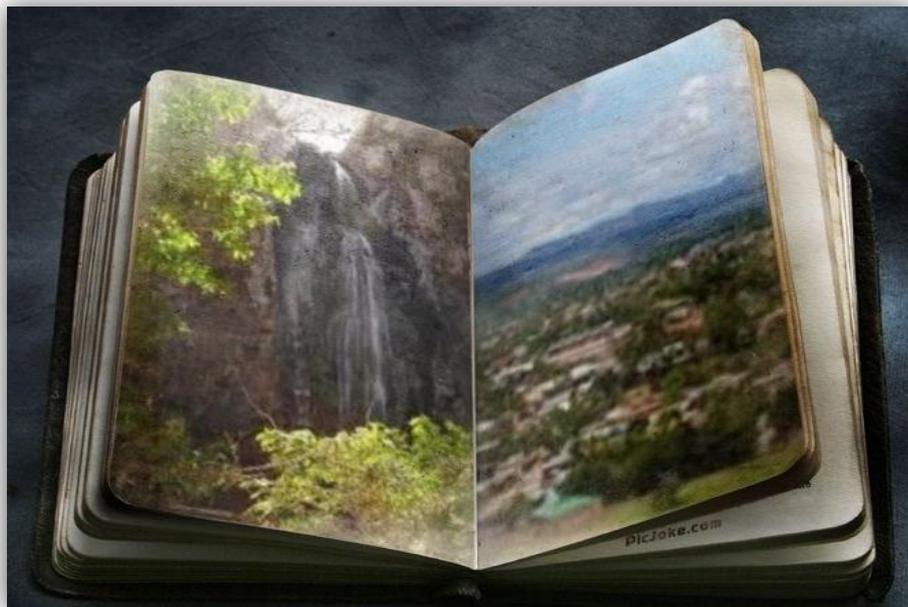
Las radios que se pretende pasar estas cuñas radiales son Radio ABC Estéreo, Radio Liberación, Radio Stereo Mundo y todas aquellas que presten interés en aportar a la promoción de nuestra ciudad.

Mix promocional utilizado para el reconocimiento de la oferta turística:

Con el propósito de dar a conocer la oferta del circuito turístico y para incrementar la demanda turística existente, se utilizan los medios de comunicación masivos, tales como la televisión, radio, la web y a través de redes sociales como facebook, brochures, revistas, letreros con señalización, vallas publicitarias; considerando en ello los gustos y preferencias de la demanda turística.

Para la ejecución de lo anterior, se hace necesaria la implementación de la estrategia de atracción, la cual dirige todas las actividades de marketing directamente al consumidor final, para motivarles a visitar el circuito turístico **"Estelí... Arte, Historia y Cultura"** y lograr una estadía más placentera donde se podrán realizar una serie de actividades de recreación encaminadas a brindarle un mejor servicio.

Es importante mencionar que en este circuito se contempla la visita al parque 16 de Julio, pero es realmente preocupante para todos los estelianos su deterioro, la publicidad se implementaría después de realizar las mejoras al mismo, no se puede promocionar un punto como este porque no tiene ningún atractivo, más bien parece un centro de comercio informal



ESTELÍ, ARTE, CULTURA E HISTORIA

HISTORIA

La población indígena de **ESTELÍ** tuvieron su asiento en el sitio que hoy se denomina "Las Pintadas", ubicados a unos 4 km. al oeste de la actual ciudad, estos eran de las tribus Matagalpa y Mayagna. Para otros, los aborígenes eran descendientes de los Chorotegas, en el periodo de los siglos **XV** y **XVI** aparecen los primeros pobladores Nahoas provenientes de México con una cultura superior, imponiéndose a quienes arrojaron hacia el este dejando así un legado del arte rupestre de estos antepasados como son los petroglifos que ahora caracterizan el municipio.

El municipio de Estelí, se encuentra ubicado a 148 kilómetros al norte de Managua. Los ciudadanos nacionales y extranjeros podrán apreciar vestigios del arte y la cultura de la época precolombina.

El departamento de Estelí, fue fundado el 8 de diciembre de 1685.

Cultura





Muralismo





Museo de Historia y Arqueología

Plaza Parque, donde se encuentra el nuevo Museo de Estelí y la Biblioteca Samuel Viza.



Ubicada donde fue la Plaza Domingo Caden.

El símbolo de Estelí - El Brujito





Capítulo VII. Conclusiones

En base al estudio realizado sobre el parque 16 de Julio de Estelí, podemos concluir que esta ciudad posee grandes atractivos naturales y culturales, pero que poco a poco van siendo deteriorados debido al desarrollo turístico que posee y que poco a poco van ganando más importancia en el ámbito del turismo.

La situación actual de la ciudad de Estelí en el ámbito del turismo se caracteriza por poseer grandes variedades de atractivos que van desde reservas naturales, gastronomía, artesanías elaboradas por las manos de los propios pobladores del municipio, leyendas y un sin número de expresiones artísticas y culturales. No podemos dejar de mencionar su impresionante catedral y el parque central que figuran como el principal punto de atracción, recreación y punto de referencia para los visitantes.

Es importante resaltar que hemos cumplido con los objetivos planteados antes de iniciar con nuestra investigación, gracias a este estudio pudimos darnos cuenta que por más que queramos contribuir al rescate de este patrimonio (parque), no lo podremos lograr si no cuenta con el apoyo de toda la población de Estelí y si la alcaldía no deja de verlo solo con un enfoque político, pues su importancia no solo está basada en ello, también en lo turístico, encontramos muchas persona que están conscientes del daño que estamos provocando y que estarían dispuestas a cambiar sus malas costumbres y otras que hacen caso omiso a la situación.

Por ende, además de ser este un trabajo que nos llena de satisfacción, por todo el esfuerzo dado de nuestra parte y por qué son pocas las personas que se interesan en un tema como este, no está de más mencionar, que fue triste darnos cuenta que la solución a la problemática del parque no será posible si no unimos esfuerzos y llevar a cabo un plan de acción.

El cambio está en nuestras manos, solo hace falta la voluntad para contribuir al cambio.

Capítulo VIII. Recomendaciones

Después de haber realizado este estudio sobre la problemática y las posibles estrategias de cambio de la ciudad de Estelí podemos sugerir las siguientes recomendaciones:

- Primeramente que hagamos conciencia y nos demos cuenta que tenemos un gran potencial en nuestra ciudad, pero que nosotros mismos somos los responsables de su degradación.
- Que tengan en cuenta que este trabajo fue elaborado por estudiantes, futuras profesionales del turismo que aman su patria y sobre todo su ciudad y que lo hicimos con el objetivo de contribuir al desarrollo de la misma. Por lo tanto recomendamos a las autoridades competentes que este documento no sea engavetado y dejado en el olvido.
- Tomar en cuenta las propuestas de mejoras sugeridas, cuyo propósito es mejorar la imagen no solo del parque, también de la ciudad completa y de los mismos pobladores, estas fueron propuestas por estudiantes pero tuvieron la aprobación o aceptación de la ciudadanía de Estelí.
- Llevar a cabo capacitaciones o talleres en colegios y universidades, temas relacionados con la educación ambiental y la importancia de cuidar nuestros potenciales, pues las nuevas generaciones serán las más beneficiadas si aportamos al cuidado o las más afectadas si seguimos con esta actitud negativa
- Unir esfuerzos para mejorar la situación que enfrenta la ciudad y tener en cuenta que todos en conjunto podemos lograr nuestros propósitos, recordando que si no cuidamos lo nuestro nadie más lo va hacer y que estaríamos echando a perder el gran potencial que caracteriza al norte de nuestra querida Nicaragua.

Bibliografía

1. Aceranza, Miguel Angel. (2005). *promocion Turistica*. Mexico: Trillas turismo.
2. Bolivar Juarez, Orient. (1993). *La Catedral de Esteli. Historia y Arquitectura*. Managua - Nicaragua: HISPAMER.
3. Casal zamorano, Fransisco Manuel. (2002). *Turismo Alternativo*. Mexico: Trillas.
4. Cerveró, joseph; Iglesias, Oriol; Villacampa, Olga;. (2001). *Marketing Turistico*. Catalan: Eumo.
5. Fajardo, Jose Floripe. (2004). *Esteli en Retazos*. Esteli: LETRAS.
6. J., T. R., & Lane, W. R. (1993). *Publicidad*. Mexico: prentice halls hispanoamericana, s.a.
7. Rutas e itinerarios turísticos, d. G.-Q. (s.f.). *que+es+un+circuito+turistico+*. Recuperado el Miercoles de Enero de 2013, de *que+es+un+circuito+turistico+*: <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,circuito.xhtml>.

ANEXOS

Encuesta dirigida a pobladores y personalidades a fines del sector del turismo del departamento de Estelí.

Objetivo: Determinar la percepción de los pobladores del departamento de Estelí con respecto al parque central de la ciudad de Estelí.

1) ¿Qué opina de la situación actual del parque?

Mal estado Hay que mejorar Mucho desorden Da mala imagen

2) ¿Cree que existe la seguridad suficiente para visitar el parque?

Sí No

3) ¿Cómo valora el cuidado que se le da al parque?

Bueno Regular Malo

4) ¿Porque es importante el parque para usted?

Punto de referencia Lugar de recreación Imagen de Estelí

Por su historia

5) ¿Qué mejoras le haría al parque?

Quitar vendedores informales Mejorar infraestructura Reforestación con plantas ornamentales Más seguridad Ubicar monumentos de personajes históricos

6) ¿Estaría de acuerdo con la reubicación de los comerciantes alrededor del parque?

Sí No

7) ¿Por qué estarías de acuerdo con la reubicación de comerciantes?

Dan mala imagen No permiten el paso peatonal Se les debe acondicionar módulos Parece mercado

8) ¿Qué opina de la ubicación de un CITE dentro del parque?

Excelente Muy bueno Bueno

9) ¿Cuál es la importancia de este CITE en el ámbito del turismo?

No existe un CIT Para brindar un mejor servicio y de calidad al turista

Para conocer Estelí Para documentar Para el desarrollo turístico de Estelí Para promover los destinos turísticos Por que el flujo turístico crece Punto de referencia

10) ¿Cómo cree que es el papel que desempeña la alcaldía con respecto al cuidado y mantenimiento del parque?

Bueno Malo Regular

11) ¿Cómo aportaría al cuidado y mantenimiento del parque?

No botar basura Dar aporte económico Cuidar infraestructura

Concientización Apoyar en la reforestación Ubicar personal de seguridad y limpieza Pagando impuestos

Acrónimos

Contrastes: Se define como la diferencia relativa en intensidad entre un punto de una imagen y sus alrededores.

Estrategias: Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión

Restitución: Acción de devolver una cosa a quien antes la tenía o a quien es su verdadero dueño

Mercadeo: Es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. Institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

Agroindustria: Es la actividad económica que comprende la producción, industrialización y comercialización de productos agrarios pecuarios, forestales y biológicos. Esta rama de industrias se divide en dos categorías, alimentaria y no alimentaria, la primera se encarga de la transformación de los productos de la agricultura, ganadería, riqueza forestal y pesca, en productos de elaboración para el consumo alimenticio, en esta transformación se incluye los procesos de selección de calidad, clasificación (por tamaño), embalaje-empaque y almacenamiento de la producción agrícola, a pesar que no haya transformación en sí y también las transformaciones posteriores de los productos y subproductos obtenidos de la primera transformación de la materia prima agrícola.

Culinarias: Es una forma creativa de preparar los alimentos y depende mucho de la cultura, en términos de conocimientos respecto a los alimentos, su forma de prepararlos, así como de los rituales sociales establecidos alrededor de la comida.

Consenso: Se denomina consenso a un acuerdo entre dos o más personas en torno a un tema determinado. Una decisión por consenso, no obstante, no implica un consentimiento activo de cada uno, sino más bien una aceptación en el sentido de no-negación.

Buró: Escritorio con pequeños compartimentos y cajoncitos en su parte superior, que se cierra levantando el tablero sobre el que se escribe o bajando una especie de persiana.

Ordenamiento: Ley o conjunto de leyes que regula el funcionamiento de una cosa.

Dinastía: Es una serie de gobernantes de uno o distintos Estados, emparentados entre sí, o provenientes todos de una misma familia; especialmente en las monarquías. Aunque lo más habitual es que la sucesión hereditaria dentro de una dinastía se produzca por filiación (de padre a hijo).

Desestacionalizar: Es el método por el cual un economista puede analizar mejor la tendencia de una variable sin dejarse influenciar de eventos repetitivos dentro del período y que pudiesen confundir el análisis de coyuntura.

Desconcentración: Es una técnica administrativa que consiste en el traspaso de la titularidad o el ejercicio de una competencia que las normas le atribuyan como propia a un órgano administrativo en otro órgano de la misma administración pública jerárquicamente dependiente.

Tipografía: Es la destreza, el oficio y la industria de la elección y el uso de tipos (las letras diseñadas con unidad de estilo) para desarrollar una labor de impresión. Se trata de una actividad que se encarga de todo lo referente a los símbolos, los números y las letras de un contenido que se imprime en soporte físico o digital.

Pliegos: Porción o pieza de papel de forma cuadrangular, doblada por la mitad.

Intervalos: Espacio o distancia que hay entre dos momentos o entre dos puntos

Fisonomía: Apariencia o aspecto exterior de algo.

Grillas: Es una rejilla (o cuadrícula) de líneas verticales y horizontales usada para monitorear o inspeccionar el campo visual de las personas.

Diagramaciones: También llamada maquetación, es un oficio del Diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

Homogeneidad: Es la estandarización de las propiedades de un producto

Prolija: Que es demasiado largo o extenso y resulta pesado. //Se aplica a la persona que se extiende demasiado o se detiene mucho en los detalles escribiendo o hablando y resulta pesado. // Que se detiene en los detalles más pequeños al hacer una cosa, especialmente al hablar o escribir.

Mailling: Envío de información o de propaganda publicitaria por correo a las personas que forman parte de una lista

Timingo (arte): Es el uso del ritmo, velocidad y pausas en ramas artísticas como el teatro y la literatura para lograr un efecto dramático. Se puede referir por ejemplo al momento en que un personaje habla o calla, se mueve o deja de mover, la cámara cambia de posición o foco, o se perciben o no sonidos.

Eslogan: Lema publicitario, se entiende como frase identificativa en un contexto comercial o político (en el caso de la propaganda), y como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para resumirlo y representarlo en un dicho. También se puede decir que es el complemento de un producto, persona, institución, entre otras para formar confianza.

Fascículos: Cada una de las parte de un libro o de una colección que se publican periódicamente en forma de cuadernillo.

Austero: Que no tiene lujos ni adornos excesivos e innecesarios.

Masivo: Que es muy numeroso o se realiza en gran cantidad: importación masiva

Dorso: Revés o espalda de una cosa o persona.

Homogeneidad: Cualidad de una cosa homogénea o formada por elementos de la misma clase o naturaleza.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

HORA	FECHA	ACTIVIDAD	PARTICIPANTES
8:00 – 10:00 Am	Lunes 27 de Agosto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Redacción y revisión del problema de investigación. ✓ Elaboración de objetivos generales y específicos. ✓ Elaboración de problema. ✓ Selección de atractivos a investigar. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Karelía Díaz ✓ Belkis Chavarría
8:30 – 9:30 Am	Lunes 13 de Agosto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración y entrega de la justificación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Karelía Díaz ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
9:00 Am – 4:30 Pm	Domingo 19 de Agosto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elección final de atractivos. ✓ Elaboración de Introducción. ✓ Avance del marco teórico. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Karelía Díaz ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
9:00 Am – 12:00 Md	Jueves 23 de Agosto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entrega de cartas en Alcaldía e INTUR. ✓ Recolección de Información (Internet). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
8:30 – 10:00 Am	Lunes 27 de Agosto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisión y redacción final del problema de investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Karelía Díaz ✓ Belkis Chavarría
12:00 Md – 4:00 Pm	Jueves 30 de Agosto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración de cronograma de actividades (Viajes). ✓ Búsqueda de presupuestos para viajes y documento final. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Karelía Díaz ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
8:30 Am – 4:00 Pm	Jueves 06 Septiembre	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Primera visita de identificación de la zona de Mirafior y en municipio de La Trinidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Karelía Díaz ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
8:00 – 9:00 Am	Lunes 17 Septiembre	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración y revisión de instrumentos (encuestas) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Karelía Díaz ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza ✓ Prof. Aminta Briones ✓ Prof. Arelis Moreno
8:00 Am –	Jueves 20	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Segunda visita a La Trinidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Karelía Díaz

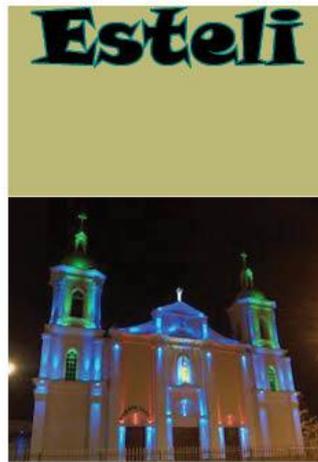
3:00 Pm	Septiembre	✓ Aplicación de encuestas	✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
9:00 – 11:30 Am	Viernes 05 de Octubre	✓ Aplicación de encuestas de opinión y aceptación en la ciudad de Estelí.	✓ Karelia Díaz ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
9:00 – 2:00 pm	Lunes 15 de Octubre	✓ Análisis y procesamiento de encuestas	✓ Karelia Díaz ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
2:00 – 5:00	Lunes 12 de Noviembre	✓ Consultas bibliográficas	✓ Karelia Díaz ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
9:00 – 5:00 pm	Lunes 19 de Noviembre	✓ Revisión del documento	✓ Karelia Díaz ✓ Ariana Espinoza ✓ Msc. Kenny López
8:00 – 7:00 pm	Martes 27 de Noviembre	✓ Finalización plan parque ✓ Finalización plan marketing	✓ Karelia Díaz ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
8:00 – 5:00 pm	Miércoles 28 de Noviembre	✓ Finalización e impresión de documentos	✓ Karelia Díaz ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
8:00 Am – 11:00	Lunes 03 de Diciembre	✓ Pre – defensa ante docentes, compañeros y jurados	✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza
9:00 Am – 12:00	Domingo 16 de Diciembre	✓ Revisión y mejoras del documento ✓ Análisis de nuevas encuestas	✓ Karelia Díaz ✓ Belkis Chavarría ✓ Ariana Espinoza

Estelí cuenta con una variedad de atractivos turísticos tanto histórico, cultural como social también cuenta con impresionantes reservas naturales que tú podrás apreciar al visitar nuestro departamento, entre ellas tenemos reserva natural Tisey Estanzuela, paisaje terrestre Miraflores Moropotente.



Elaborado por estudiantes de turismo sostenible:

Belkis Diaz
Ariana Espinoza
Karelia Diaz



El Diamante de la Segovia

La ciudad Estelí ubicada a 148 km aproximadamente de la capital de Managua. Situada en un lugar privilegiado por su clima, entre montañas a 843,97 msnm, la ciudad de Estelí es una de las más placenteras de toda Nicaragua con clima del tipo monzónico de tierras altas.



La nueva Plaza Parque, donde se encuentra el nuevo Museo de Estelí y la Biblioteca Samuel Meza, ubicada donde fue la Plaza Domingo Gadea.



La plaza parque es un lugar en donde tú podrás recrearte con la familia, amigos, además podrás hacer ejercicio, gozar un momento de relajación.



En la Ciudad de Estelí, tú sentirás como en casa, porque los estelianos son gentes, laboriosas, hospitalarias, y muy amables. Al llegar a la ciudad ya eres parte de su cultura, eres un esteliano más.

