



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Artículo científico

**Estrategias de promoción para el fortalecimiento de la oferta turística en San Juan del Río
Coco.**

Promotion strategies for the strengthening of the tourist offer in San Juan del Río Coco.

Autoras:

Itzamara Belén Herrera Hernández

Elsa Jaritza Ponce Cruz

Yaritza Nathalia Reyes Miranda

Docente/ tutor (a): Msc. Mariela Gutiérrez

Estelí, febrero 2023

Estrategias de promoción para el fortalecimiento de la oferta turística en San Juan del Río Coco.

Promotion strategies for the strengthening of the tourist offer in San Juan del Río Coco.

Itzamara Belén Herrera Hernández

UNAN Managua FAREM Estelí- herrera.itzamara99@gmail.com

Elsa Jaritza Ponce Cruz

UNAN Managua FAREM Estelí- ejaritzaponce89@gmail.com

Yaritza Nathalia Reyes Miranda

UNAN Managua FAREM Estelí- yaritzareyesmiranda80@gmail.com

RESUMEN

Las estrategias de promoción son un conjunto de acciones agrupadas que cumplen la función de vender servicios, productos o lugares al público adecuado. El propósito de la presente investigación fue realizar un estudio orientado hacia “Estrategias de promoción para el fortalecimiento de la oferta turística en el municipio San Juan del Río Coco, durante el segundo semestre del 2022”; como resultado de la limitada promoción turística presente en el municipio San Juan del Río Coco misma que afecta su desarrollo turístico, teniendo como objetivo general el diseño de dichas estrategias. Se planteó una metodología con enfoque mixto, predominando el cualitativo, y un alcance de enfoque descriptivo, se utilizó diferentes técnicas de recolección de datos, tales como: encuesta, entrevista y guía de observación dirigida al encargado de INTUR, alcalde de San Juan del Río Coco y pobladores de la zona, con el objetivo de identificar los medios de promoción turística utilizados, así como la infraestructura y gestión local, se realizó una búsqueda exhaustiva en diversas fuentes: libros, artículos científicos y sitios web. El estudio dio como resultado la creación de una página web y una página de Facebook con el objetivo de promocionar los atractivos y servicios del municipio San Juan del Río Coco para generar un mayor alcance en la población local y nacional, se espera que con esta herramienta el auge de visitantes incremente de manera positiva y que los pobladores puedan apreciar los recursos y servicios con los que cuenta el destino, dando así apertura a más establecimientos.

Palabras claves: estrategias, turismo, promoción, oferta, turista.

ABSTRACT

Promotion strategies are a set of grouped actions that fulfill the function of selling services, products or places to the right audience. The purpose of the present investigation was to carry out a study oriented towards "Promotion strategies for the strengthening of the tourist offer in the municipality of San Juan del Río Coco, the second semester of 2022"; as a result of the limited tourism promotion present in the San Juan del Rio Coco municipality itself that affects its tourism development, having as a general objective the design of the strategies. A methodology with a mixed approach was proposed, predominantly qualitative, and a scope of descriptive approach, different data collection techniques were obtained, stories such as: survey, interview and observation guide addressed to the person in charge of INTUR, mayor of San Juan del Río Coco and residents of the area, with the objective of identifying the means of tourism promotion used, as well as the infrastructure and local management, an exhaustive search was carried out in various sources: books, scientific articles and websites. The study resulted in the creation of a web page and a Facebook page with the objective of promoting the attractions and services of the San Juan del Rio Coco municipality to generate a greater reach in the local and national population, it is expected that with this tool the rise of visitors increases in a positive way and that the inhabitants can appreciate the resources and services that the destination has, thus opening up more establishments.

Keywords: Strategies, tourism, promotion, offer, tourist.

INTRODUCCIÓN

La actividad turística ha tenido múltiples calificaciones, como generadora de empleo, de divisas y de beneficios. Más allá de eso, la simple observación de la realidad concreta de muchos de los destinos turísticos, el turismo en la actualidad representa para la industria un crecimiento importante a nivel mundial, de modo que el turismo tiende a tomarse en cuenta como una actividad económica.

Según datos de un informe de las naciones unidas (ONU) y de la organización mundial del turismo (OMT), el turismo se recupera y aporta a la economía mundial un 4 % en el 2022, de igual forma se prevé un aumento de un 3.5% en el 2023, la importancia del sector turístico es evidente, dado que la industria turística es responsable de la creación de más 280 millones de empleos (UNWTO, 2022).

Sin embargo, el turismo tiene acostumbrado al ser humano a vivir en una revolución constante de la oferta turística, así como también los avances en la tecnología, es por esta razón se debe estar pendiente de las nuevas tendencias para alcanzar al público, debido a que cada año se suman a lista diferentes modos y formas de hacer turismo, si bien, el fin es siempre el mismo; satisfacer las expectativas y deseos de los visitantes.

El turismo es una de las actividades principales más importantes en nuestra región debido a la diversidad de recursos que tiene Nicaragua. Así lo señalan expertos de la organización mundial de turismo, sostienen que Nicaragua tiene un gran potencial turístico, en este estudio se refleja la importancia de ofertar un destino y el impacto que tiene la aplicación de estrategias de promoción turística, por tanto, esta investigación se realizó con el objetivo de elaborar estrategias para el fortalecimiento de la oferta turística.

De esta manera el turismo opera como una actividad económica siendo una fuente de oportunidad para el desarrollo socioeconómico y cultural, de igual forma los recursos naturales y culturales forman parte de un gran valor y riqueza que deben aprovecharse y ofertarse de manera adecuada.

En el departamento de Madriz, ubicado en la región norte de Nicaragua, se encuentra el municipio San Juan del Rio Coco, este sitio posee diversos atractivos turísticos que pueden ser aprovechados a través de un buen plan estratégico dirigido a la promoción turística, no obstante, se identificó la problemática, dando como resultado la falta de promoción turística, se puede constatar que no existen estrategias dirigida al desarrollo de la gestión de promoción de los atractivos y destinos turísticos del municipio, lo cual constituye una de las principales debilidades para el fortalecimiento de la oferta turística.

Por lo tanto, en esta investigación se planteó proponer estrategias para dar solución a la problemática vigente en el municipio San Juan del Rio Coco, dado que este sitio es conocido por su producción variada de café, y cuenta con diversos atractivos y servicios turísticos, dicha

propuesta tiene como finalidad ofertar San Juan del Río Coco como un destino turístico nacional e internacional.

Este documento está estructurado en base a aspectos claves para el desarrollo de la investigación: como primera fase la introducción del tema, los antecedentes de la investigación, justificación del tema y objetivos planteados; como segunda fase el marco teórico en el cual se desarrollan aspectos exclusivos de la investigación, así como la metodología que se implementó; como última fase análisis de los resultados, las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Esta investigación se realizó en el municipio San Juan del Río Coco durante el segundo semestre del año 2022.

MATERIALES Y MÉTODOS

El enfoque de esta investigación es mixto ya que el presente estudio requirió utilizar métodos tanto cuantitativos como cualitativos, predominando el enfoque cualitativo, que brinda datos descriptivos sobre el tema de estudio, “Estrategias de promoción para el fortalecimiento de la oferta turística en el municipio San Juan del Río Coco, durante el segundo semestre del 2022”. Implementando las estrategias de marketing digital a través de una página web y una página de Facebook, donde se promocionarán los atractivos y servicios del municipio San Juan del Río Coco, mediante fotografías, información de los lugares, videos recreativos y demás.

Para lo que concierne a la población y muestra, la población está determinada por el municipio San Juan del Río Coco, ubicado en el departamento de Madriz y como muestra se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia, se aplicaron dos entrevistas a informantes claves y los criterios de selección por conveniencia fueron: encargadas de la actividad turística en el municipio, mismos que obedecen al promotor de INTUR de Somoto y alcaldesa de San Juan del Río Coco. También se seleccionó como informantes a los pobladores y dueños de establecimientos, donde se aplicó una encuesta a cincuenta personas.

Para la recopilación de información se utilizaron tres instrumentos: una guía de observación al municipio San Juan del Río Coco, entrevista al promotor de INTUR de Somoto y alcaldesa de San Juan del Río Coco, por último, una encuesta dirigida a los pobladores y dueños de negocios en San Juan del Río Coco.

El proceso general de este estudio se dividió en cuatro fases: fase de planificación, fase de ejecución, fase de aplicación de instrumentos y fase final en la cual se elaboró el informe final donde se recolectó información teórica, aplicación de instrumentos, técnicas de investigación, resultados y por último la propuesta de estrategias para la promoción turística del municipio.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A través de la guía de observación en el municipio San Juan del Río Coco con ayuda de informantes claves, el grupo de investigadoras evidenció que el municipio cuenta con diversidad de atractivos naturales, que son inexistentes para los mismos pobladores, esto obedece a la carencia en la promoción de los mismos.

A la vez es un sitio que posee una riqueza cultural, San Juan del Río coco un municipio lleno de leyendas, cuentos y mitos que lo hacen más atractivo a la vista del turista, sin embargo, todos estos elementos que lo hacen un lugar especial y único están siendo desaprovechada por la carencia de promoción y por la falta de cultura turística lo que ocasiona un estancamiento en el desarrollo socioeconómico del municipio.

Así como también, se pudo observar que cuenta con servicios básicos en buen estado para ofrecer un servicio de calidad a los turistas, siendo necesario el compromiso de las autoridades y de los prestadores de servicios para que San Juan del Río Coco pueda ser ofertado como uno de los próximos destinos a visitar.

Mediante las entrevistas se identificaron varios atractivos naturales, cabe destacar que cuando se decidió realizar el proceso de investigación en esta área geográfica, se conocía el potencial que el municipio posee; pero se desconocía la existencia de varios atractivos, a la vez se consultó con pobladores del municipio si ellos conocían estos lugares, a lo que respondieron que no sabían dónde estaban ubicados y que tampoco habían escuchado hablar de ellos, por lo que se consideró que es sumamente importante promocionar estos destinos de manera que estos sean visibles ante el público.

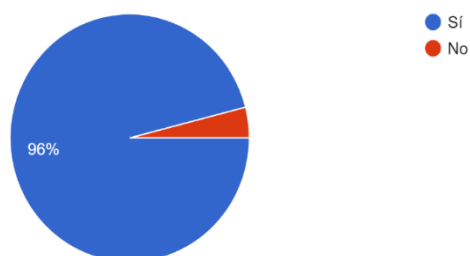
Un factor determinante antes de diseñar y aplicar estrategias de promoción es la demanda, es decir, las personas a la cual se estará enfocando el producto y/o servicio, es importante tener en cuenta la opinión pública, así pues, las estrategias que se diseñen irán de la mano con las necesidades establecidas por la demanda. Antes de decidir qué estrategias convendrían más en la investigación

planteada se decidió llevar a cabo entrevistas a las autoridades del municipio y una encuesta dirigida a la población del municipio.

En la encuesta a los pobladores se les hicieron las siguientes preguntas que tuvieron como respuesta:

1. El turismo es una actividad recreativa que consiste en viajar o recorrer un país o lugar por placer. ¿Práctica usted turismo o lo ha practicado alguna vez?

50 respuestas

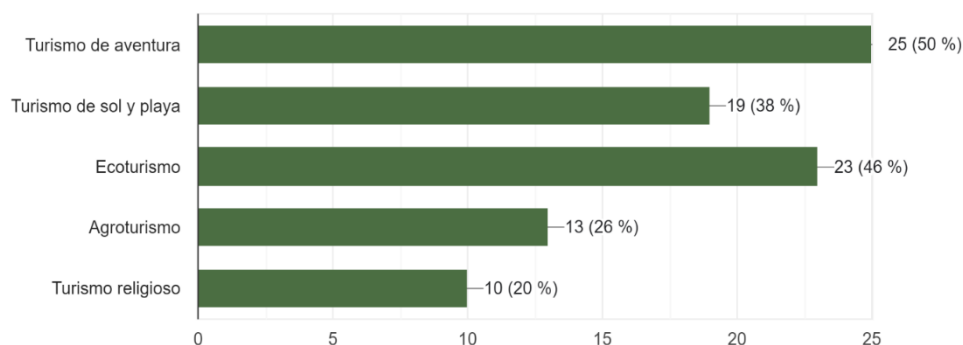


Al realizar una pregunta exploratoria para evaluar el conocimiento que tienen los encuestados acerca del turismo se pudo constatar que el 96% de las personas tienen conocimiento previo de la actividad turística o del turismo como una actividad recreativa, sin embargo, existe un 4% que desconoce en términos generales la industria turística.

Lo que indica que es fundamental el involucramiento tanto de las autoridades locales como de los pobladores en la participación de las actividades turísticas.

2. ¿Qué tipo de turismo ha experimentado?

50 respuestas



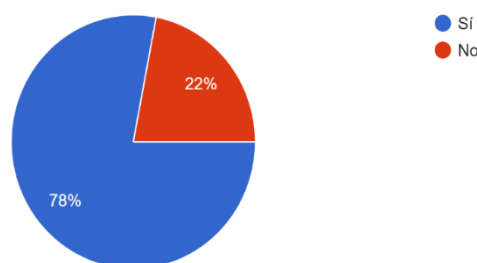
En la actualidad existen diversos tipos de turismo este va en dependencia de las necesidades, deseos o gustos de los consumidores. Al realizar la encuesta en el municipio San Juan del Río Coco se pretendió explorar cuál de ellos son los más reconocidos y practicados.

Donde se colocó como opciones: Turismo de aventura, turismo sol y playa, ecoturismo, agroturismo, turismo religioso.

Obteniendo como resultado que el 25 de los encuestados han experimentado turismo de aventura, teniendo un alcance del 50% como opción número uno, sin embargo, 23 de los encuestados han practicado con mayor frecuencia el ecoturismo obtenido el 46% de preferencia. Asimismo, un 38% prefieren el turismo de sol y playa, el 26% por agroturismo y el 20% practican más el turismo religioso.

Lo que indica que en el municipio San Juan del Río Coco se puede implementar actividades turísticas dirigidas a ese público aventurero que le gusta explorar, a la vez ampliar la oferta turística mediante el ecoturismo y el agroturismo, considerando que cuenta con los recursos para llevar a cabo este tipo de actividades.

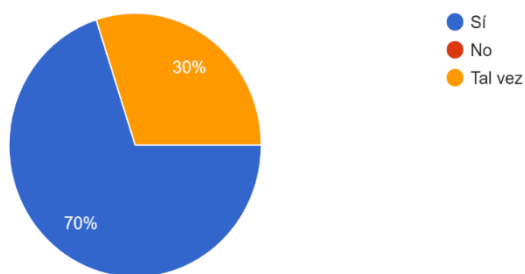
3. ¿Conoce usted el potencial turístico con el que cuenta el municipio San Juan del Río Coco?
50 respuestas



Por medio de este gráfico se demostró que el 78% de los encuestados conocen sobre el potencial que posee el municipio San Juan del Río Coco, por el contrario, el 22% dio una respuesta negativa sobre el conocimiento del potencial turístico del municipio. En tanto es necesario realizar más promoción sobre los destinos turísticos con los que esta cuenta para llegar a más personas.

4. Si es de su conocimiento el potencial turístico del municipio San Juan del Río Coco, ¿Lo consideraría como su próximo destino a visitar?

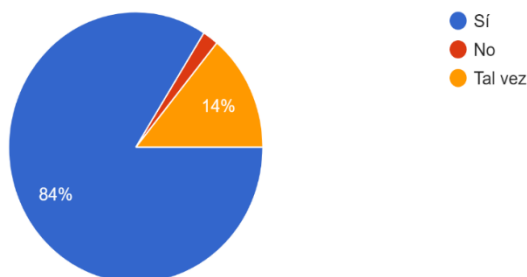
50 respuestas



Dándole un seguimiento a la encuesta que se realizó se pudo constatar que el 70% de las personas consideren a San Juan del Río Coco como el próximo destino a visitar, en cambio un 30% no lo tienen como de sus principales opciones debido a que los atractivos no prestan las condiciones.

5. ¿Cree usted que el municipio San Juan del Río Coco cuenta con recursos y atractivos suficientes para ofertarlo como un destino turístico?

50 respuestas



Al interrogar si el municipio San Juan del Río Coco cuenta con los recursos y atractivos para ofertarlo como un destino turístico se obtuvo que un 84% de los encuestados afirman que, si puede obtener resultados positivos, no obstante, el 14% expresa que el municipio puede o no ser ofertado como un destino turístico; por otra parte, el 2% de los encuestados consideran que el municipio no cuenta con los atractivos necesarios para ser ofertado.

En conclusión, ese 84% avalan que si puede convertirse y ofertarse como un destino turístico que puede ser visitado por turistas a nivel nacional e internacional.

6. ¿Qué tipos de atractivos conoce de San Juan del Río Coco?

49 respuestas

Chorro de la Virgen

Parque

Majaste

Parques

El manjaste
Chorro de la Virgen

gastronomía

Haciendas cafetaleras

Reserva natural el majaste
Chorro la virgen.
Río coco

Al realizar la guía de observación se identificó que el municipio cuenta con variados atractivos turísticos, sin embargo, al aplicar la encuesta se dio a conocer que solo se mencionaban 3 de ellos: El chorro de la Virgen, El Majaste y el Río Coco.

Pero además de estos hay otros atractivos que son desconocidos incluso por los pobladores de este municipio.

7. Para su próximo destino, ¿Qué atractivos le gustaría explorar?

50 respuestas

Cafeterías
Miradores
Lugares para hacer senderías

Restaurantes

Fincas cafetaleras
Lugares para acampar

Lugar limpio con precios accesibles

Los atractivos que el Municipio tenga

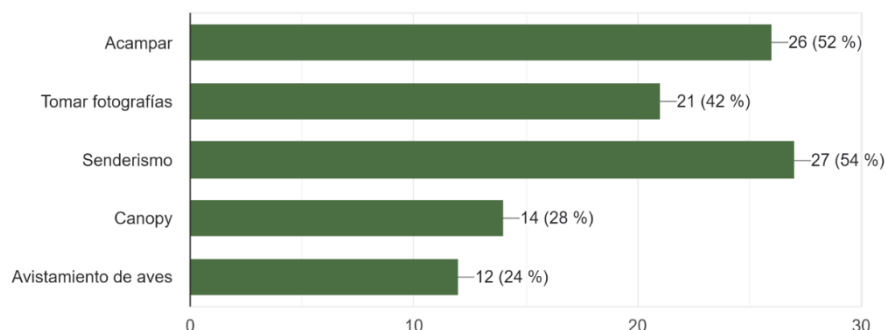
Río coco

Reserva del majaste

Los mencionados anteriormente

San Juan del Río Coco está rodeada por zonas montañosas, se caracteriza por la producción y comercialización de café por ello la mayoría de los encuestados optan al elegir a San Juan del Río coco como su próximo destino. Por explorar y visitar fincas cafetaleras, miradores, sitios de camping y lugares rodeados de naturaleza.

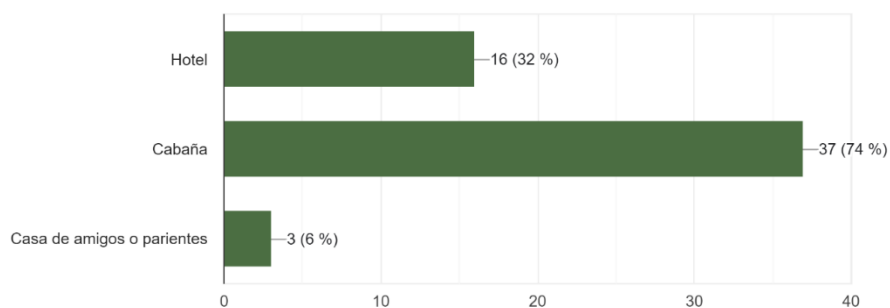
8. ¿Qué actividad o actividades turísticas le gustaría hacer una vez este en el destino?
50 respuestas



Para el desarrollo de la oferta turística se quiso explorar que actividades les gustaría realizar si visitasen el municipio San Juan del Río Coco; obteniendo que el 54% de los encuestados prefieren realizar senderismo, un 52% de los encuestados prefiere acampar al aire libre, el 42% tomar fotografía de los alrededores, el 28% practicar canopy y un 24% prefieren avistamiento de aves.

Este gráfico dio como resultado que si dentro de la oferta se anexarán estas actividades el municipio tendría una mayor afluencia de turistas en la zona, dando como resultado el desarrollo de las actividades socioeconómicas.

9. ¿Qué tipo de alojamiento elegiría para la ocasión?
50 respuestas

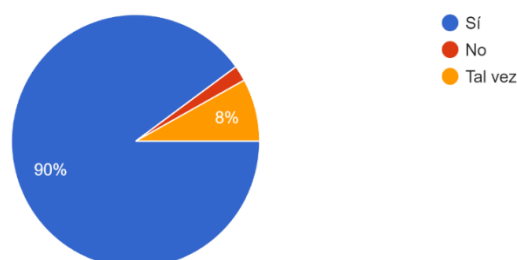


Artículo científico

Como investigadores, al visitar el municipio nos dimos cuenta de la escasez de servicios dedicados al alojamiento; es por ello que en la encuesta se quiso evaluar el tipo de alojamiento que elegirían si decidieran visitar el municipio, dando como resultado que un 74% optó por hospedarse en cabañas ya que este tipo de alojamiento es el más adecuado para la zona, asimismo un 32% prefiere los hoteles, a la vez el 6% optan por hospedarse en casa de amigos o parientes, consideramos que es necesario la implementación de servicios de hospedería que sean sostenible con el medio ambiente.

10. ¿Cree usted que crear un plan estratégico dirigido a la promoción turística del municipio San Juan del Río Coco puede ser una fuente para alcanzar más visitantes?

50 respuestas



El interés de la investigación es que el municipio San Juan del Río Coco sea reconocido como un destino turístico, es por ello que se propone diseñar estrategias de promoción para el fortalecimiento de la oferta turística.

A través de este instrumento se pretendió medir el impacto que estas tendrían, es por esta razón que se quiso evaluar la aceptación por parte de los consumidores, dueños de establecimientos y pobladores. Resultando que un 90% de los encuestados creen que la implementación de un plan estratégico es importante para impulsar la promoción del municipio; por otra parte, el 8% establece que el plan estratégico puede o no tener un alcance positivo.

11. ¿Qué estrategias de promoción implementaría usted o cree que pueden ser efectivas?

50 respuestas

Aprovechamiento de las características gastronómicas

Crear un canal en las redes sociales para promocionar los atractivos turísticos de San Juan del río coco

Divulgación por las redes sociales . Hacer visitas con familias ;los movimientos Guardabarranco;Grupos de Danza y Coro para promocionar;fortalecer ferias de productos que no se vendan en la comunidad.

Nuevos emprendimientos turísticos de productos y servicios

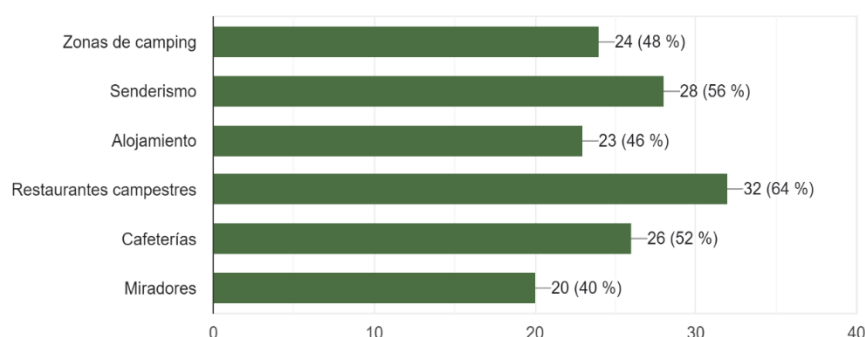
Páginas web, redes sociales

Las estrategias de promoción tienen como objetivo influir en la actitud y comportamiento de los clientes, asimismo persuadir y recordar a los clientes los productos y servicios que oferta, por este motivo se quiso identificar cuáles son las estrategias y/o medios más adecuados para atraer al público.

Mediante esta pregunta se permitió conocer que estrategias es más factible para ofertar el municipio siendo más relevante la publicidad a través de anuncios publicitarios, redes sociales y eventos recreativos.

12. ¿Qué servicios turísticos cree usted que puede ofrecer el municipio de San Juan del Río Coco para llamar la atención de sus visitantes?

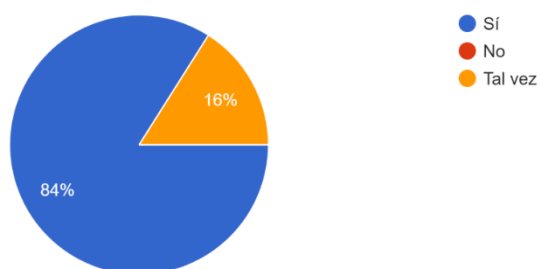
50 respuestas



Algunos de los atractivos que la población considera que deberían ofertarse son: restaurantes campestres con un 64% esto como resultado de la escasez de servicios de alimentación, otra de los servicios turísticos que la población considera que el municipio puede ofrecer son las actividades de senderismo con un 56% así como también la variedad de cafeterías puesto que el municipio se caracteriza por la producción variada de café y actualmente el municipio solo cuenta con una de ellas.

13. ¿Estaría dispuesto a adquirir servicios turísticos a través de internet?

50 respuestas

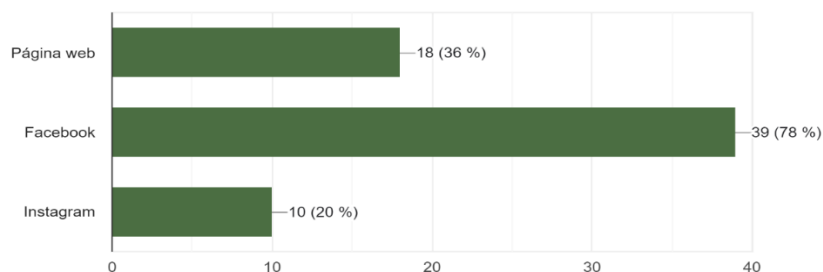


El uso de las redes sociales es hoy en día una herramienta indispensable para dar a conocer los productos y servicios a la vez posicionarte en el mercado.

Por tal motivo se quiso saber la disponibilidad de futuros consumidores al momento de querer adquirir productos o servicios a través de internet, en cual, se obtuvo que un 84% está dispuesto a realizar esta acción y el 16 % lo tienen como una posible opción.

14. ¿Qué medios de comunicación cree usted que es el más adecuado al momento de consultar información sobre un destino turístico?

50 respuestas



Fuente de los gráficos: propia a través de Google encuestas

El uso de las plataformas digitales ha generado cambios positivos donde te permite incrementar tu visibilidad, llegar a una gran audiencia potencial.

Para ellos se debe evaluar que plataforma es la más adecuada para llegar a un mayor número de personas, en esta ocasión se consultó cual medio de comunicación era el más adecuado: página web, Facebook, Instagram.

Predominando la red social Facebook con un 78%, seguido del uso de las páginas web con el 38% e Instagram con un 20%. Cabe señalar que el municipio no cuenta con ninguna de estas herramientas orientadas a la promoción de los servicios y atractivos que oferta.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente es necesario implementar estrategias de promoción que ayuden el fortalecimiento de la oferta turística y al mismo tiempo a incrementar la economía del municipio.

Gracias a las entrevistas y encuesta realizada se decidieron las principales estrategias que el municipio necesita, las cuales se mencionan a continuación:

- ❖ Páginas web/ Facebook
- ❖ Campaña turística
- ❖ Asignación de un equipo de marketing
- ❖ Promover los emprendimientos turísticos dentro de la zona y la gestión de calidad en el servicio
- ❖ Promover los emprendimientos turísticos dentro de la zona y la gestión de calidad en el servicio
- ❖ Creación de paquete turístico (“Tour del café”)
- ❖ Alianza con tour operadoras

- ❖ Gestión del sello de calidad “Safe Travels”
- ❖ Turismo virtual

CONCLUSIONES

El municipio San Juan del Río Coco cuenta con una belleza paisajística que lo hace ideal para realizar turismo de naturaleza, a la vez se caracteriza por ser un sitio productor de café y granos básicos. Asimismo, cuenta con vías de acceso, lo que dinamiza el comando nacional e internacional.

Las estrategias de promoción inciden en el desarrollo íntegro de un destino turístico, es decir que con la caracterización de los atractivos turísticos del municipio San Juan del Río Coco se observó que tanto los atractivos como los servicios están siendo desaprovechados.

A medida que se realizó la investigación se identificó que el municipio carece de promoción turística, esto generó proponer estrategias para el fortalecimiento de la oferta turística, el resultado de ello es principalmente la creación de página web y página de Facebook, además de realizar una campaña promocional con apoyo de INTUR.

Finalmente se llegó a la conclusión de la importancia de adaptar estrategias de promoción en el municipio San Juan del Río Coco, a través de ellas se logra captar la atención y crear interés por visitar los destinos turísticos y servicios que ofertan de esta manera contribuyen de gran manera en el desarrollo del municipio San Juan del Río Coco.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Acerenza, M. Á. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México : Editorial Trillas.
- Arauz, J., & Gutiérrez, M. (2016). *1Library*. Obtenido de <https://1library.co/document/y93nwply-estrategias-promocion-turisticas-proyecto-parque-departamento-madriz-semester.html>
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación*. Epísteme .
- Asanza, X. R., Matute Peña , M., & Aguilar Macías, S. (2008). Aspectos sociopsicológicos del turismo. Eument. net. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Aspectos+sociopsicologicos+del+turismo&btnG=#d=gs_qabs&t=1664593324176&u=%23p%3D5s4wguVYNtkJ
- ASOCIACION AMERICANA DE MARKETING . (2017). Obtenido de <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Boullón C, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico* (cuarta ed.). México: Trillas.
- Cafferri, C. (01 de 11 de 2011). *Las "5 Ps" del marketing*. Obtenido de <https://www.aboutespanol.com/las-5-p-del-marketing-2480207>

- Cajal, M. (06 de Junio de 2019). *Blog-Mabel-Cajal-marketing turistico*. Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2019/06/que-es-marketing-turistico-definicion-caracteristicas-tipos.html/>
- Cañada, E., & Blázquez, M. (2011). *Turismo Placebo*. Managua, Nicaragua: EDISA. Obtenido de <http://albasud.org/publ/docs/41.pdf>
- CEUPE. (2020). *CEUPE*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html>
- Chavarría, Y., & González, M. (2019). *Repositorio.unan*. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/11318/>
- Chavez, J. (2022). *Ceupe*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/attractivo-turistico.html>
- Diaz, M. (2006). Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2019/06/que-es-marketing-turistico-definicion-caracteristicas-tipos.html/>
- Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito: Diseño, creacion, gestion y marketing*. . Anaya-Spain.
- EKON. (2 de Mayo de 2022). Obtenido de <https://www.ekon.es/blog/estrategias-de-promocion-empresa/#:~:text=Una%20estrategia%20de%20promoci%C3%B3n%20consiste,nuevo%20y%20captar%20nuevos%20compradores>
- Espinosa, R. (23 de Octubre de 2016). *marketing estrategico*. Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2016/10/23/marketing-estrategico-concepto-ejemplos>
- Fabregat, T. C. (diciembre de 2017). *EDUMECENTRO vol.9 no.4 Santa Clara*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742017000400021
- GALIANA, P. (16 de Septiembre de 2020). *IEBS*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/marketing-digital-marketing-digital-2-marketing-digital/>
- García López, R. (7 de Septiembre de 2017). Obtenido de <https://aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trc/>
- García, P. M. (Octubre de 2018). *Despertaferro ediciones*. Obtenido de <https://www.despertaferro-ediciones.com/2018/grand-tour-y-los-primeros-turistas/>
- Giraldo, V. (12 de Agosto de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/campana-publicitaria/>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta edición ed.). México .
- Hernández, O. (2012). *Estadística Elemental para Ciencias Sociales*. San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Izquierdo, M. R. (marzo de 2015). Obtenido de <https://instituciones.sld.cu/cedas/files/2015/03/metodos.pdf>

- Kotler, P. (2011). *Marketing para el turismo, Quinta edición*. Madrid: PEARSON EDUCATION S.A.
- Kotler, P. (2014). *Dirección de Marketing: Análisis, Planificación y Control*.
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2017). *Marketing Turístico*. Bogota: ALFAOMEGA S.A.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2004). *Marketing para el turismo, Tercera edición* . Madrid: PEARSON EDUCATION S.A.
- López, A. (Junio de 2016). *Tiendanube*. Obtenido de <https://www.tiendanube.com/blog/mx/tipos-de-paginas-web/>
- Ludeña, J. A. (5 de Mayo de 2022). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/turismo-de-negocios.html>
- Mendigorri, A. (29 de Noviembre de 2018). *UCO*. Obtenido de <https://www.uco.es/teps/wp-content/uploads/2019/05/Articulo-Rvta-Abaco-Tur-y-EspNat-2018.pdf>
- Morales, L. (2014). *Historia de la jornada laboral*. Obtenido de <https://historia-de-la-jornada-laboral.webnode.com.co/movimiento-por-la-reduccion-de-la-jornada-laboral/>
- Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión General*, 25. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Nicaragua, M. (20 de 7 de 2021). *Mapa nacional del turismo*. Obtenido de <https://www.mapanicaragua.com/naturaleza-de-san-juan-de-rio-coco/>
- OMT. (2010). *Secretaria del turismo, programa nacional del turismo*. Obtenido de <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/000817Pri0000.pdf>
- OMT. (2011). *Introducción al Turismo* (Primera ed.). Madrid.
- OMT. (2011). *UNWTO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Porras, A. (2019). *Docplayer*. Obtenido de <https://docplayer.es/219843216-Facultad-de-ciencias-empresariales-tesis-estrategias-de-city-marketing-para-la-promocion-turistica-del-distrito-de-chiclayo-2018.html>
- Ramírez, M. E. (2021). *Repositorio.upn.edu.pe*. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29641/Gamarra%20Ramirez,%20Maria%20Elena%20Silvia.pdf?sequence=1>
- Rizo, C., & Huete, F. (2019). *Repositorio.unan*. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/11318/>
- Romero Ternero, M. J. (2014). *Productos, destinos y servicios turísticos* . ic editorial.
- Sampieri. (2014). *Metodología de la investigación*. MC Graw Hill Education.
- SERNATUR. (2016). *Elementos para la gestion de destinos turísticos*. Chile.

Sordo, A. I. (02 de Diciembre de 2021). *marketing*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/recoleccion-de-datos>

Turísticas, L. d. (2010). *Instituto Nacional de Aprendizaje*. Obtenido de https://www.inapide.ac.cr/pluginfile.php/17930/mod_resource/content/1/3.%20Prestadoras%20de%20Servicios%20Turisticos.pdf

Universidad ECOTEC. (2019). Obtenido de https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2019F1_TUR101_01_130328.pdf

UNWTO. (2013). *UNWTO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%2C%20profesionales%20o%20de%20negocios>.

UNWTO. (2022). *UNWTO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo#:~:text=El%20turismo%20se%20ha%20convertido,la%20competencia%20entre%20los%20destinos>

Valdivia. (29 de Abril de 2019). *Scientific Tourism*. Obtenido de <https://scientific-tourism.org/turismo-cientifico/>

Westreicher, G. (20 de Septiembre de 2021). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precio-de-demanda.html>