



**UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA  
DE NICARGUA,  
MANAGUA**  
UNAN - MANAGUA

**FACULTA REGIONAL MULTIDICIPLINARIA DE MATAGALPA  
FAREM-MATAGALPA**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**SEMINARIO**

**Para optar al título de licenciatura en Mercadotecnia**

**TEMA GENERAL**

Proyectos de Emprendimiento Circuitos Turísticos del departamento de Matagalpa  
y Jinotega, año 2023

**SUB TEMA**

Proyecto de Emprendimiento Rally de ciclismo el Norte sobre Ruedas, Reserva  
natural El Arenal, municipio de Matagalpa, año 2023

**AUTORES**

Br. Mayariss Del Carmen Solórzano Pérez

Br. Lismairy Nallely Castro Sequeira

**TUTORA**

MSc. Yesenia del Socorro Palacios Herrera

**Matagalpa, Miércoles 29 de noviembre, 2023**





**UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA  
DE NICARGUA,  
MANAGUA**  
UNAN - MANAGUA

**FACULTA REGIONAL MULTIDICIPLINARIA DE MATAGALPA  
FAREM-MATAGALPA**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**SEMINARIO**

**Para optar al título de licenciatura en Mercadotecnia**

**TEMA GENERAL**

Proyectos de Emprendimiento Circuitos Turísticos del departamento de Matagalpa  
y Jinotega, año 2023

**SUB TEMA**

Proyecto de Emprendimiento Rally de ciclismo el Norte sobre Ruedas, Reserva  
natural El Arenal, municipio de Matagalpa, año 2023

**AUTORES**

Br. Mayariss Del Carmen Solórzano Pérez

Br. Lismairy Nallely Castro Sequeira

**TUTORA**

MSc. Yesenia del Socorro Palacios Herrera

**Matagalpa, Miércoles 29 de noviembre, 2023**



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA  
DE NICARGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA, MATAGALPA**  
**UNAN FAREM – MATAGALPA**

**CARTA AVAL**

Por este medio doy fe que el presente trabajo de proyecto denominado “Proyecto de graduación”, elaborado por los Br. Mayariss Del Carmen Solórzano Pérez-19602877, Br. Lismairy Nallely Castro Sequeira-19511270, corresponde a la estructura definida por la normativa correspondiente; los objetivos, contenidos teóricos desarrollados, análisis y discusión de resultados tienen coherencia y correlación, narrados en forma lógica, con apoyo de una amplia gama de fuentes bibliográficas y sustentados con el trabajo de campo realizado con mucha responsabilidad científica y ética.

Según mi opinión el trabajo monográfico fue desarrollado con responsabilidad, entusiasmo, crítica y autocrítica, con alto grado de independencia, aplicando todos los pasos de investigación científica y cumple con los requerimientos necesarios para optar al título de licenciados en Mercadotecnia.

Se extiende la presente a los veinte días del mes de Diciembre del año dos mil diecinueve.

MSc. Yesenia del Socorro Palacios H.

Tutora

“A la Libertad por la Universidad”

## **Dedicatoria**

El presente Proyecto de Emprendimiento lo dedico principalmente a **Dios** al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer eh estado. Por ello con toda la humildad que de mi corazón puede emanar dedico este trabajo primeramente a él, por ser el mi inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mi **madre** por ser un pilar en mi vida, por ser mi apoyo emocional, motivacional e incondicional en cada paso del trascurso de esta aventura, que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos difíciles.

A mis **abuelos, familia y amor** por su comprensión, amor y apoyo que me han dado a lo largo de mi vida, por su trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hija, son los mejores por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida. A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

**Br. Mayariss Del Carmen Solórzano Pérez**

## **Agradecimiento**

Agradezco a **Dios** por bendecir mi vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad a él sea la gloria y honra.

A mi **madre, familia y amor**, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Agradezco a mis **docentes** de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAM-FAREM Matagalpa, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, a la MSc. Yesenia del Socorro Palacios Herrera tutor de nuestro proyecto de emprendimiento quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los establecimientos visitados por su valioso aporte para nuestra investigación.

**Br. Mayariss Del Carmen Solórzano Pérez**

## **Dedicatoria**

Este trabajo de proyecto de graduación se lo dedico con todo mi amor y cariño.

**A Dios**, quien me ha concedido la oportunidad de vivir, ha sido mi guía, la fuerza maravillosa para continuar y no rendirme en los momentos de dificultad y debilidad en mi vida, en todo este proceso universitario de logros y tropiezos, sé que no me ha abandonado y no lo hará. ¡Eternamente gracias Dios!

**A mis padres**, que han permanecido a mi lado en todo momento, por no rendirse y darme lo mejor, me han enseñado a ser la persona que soy hoy, mis principios, valores, mi perseverancia, mi empeño, a valorar cada esfuerzo de la vida, por a verme dado una carrera para mi futuro y creer en mí, siempre me han brindado su apoyo y amor incondicional; son los mejores padres que Dios me pudo a ver regalado.

**A mi hijo**, es el motorcito que cada día me ayuda a avanzar y no dejarme caer, es la personita que me ha motivado y enseñado que lo imposible no existe.

**A mis hermanos**, por su comprensión, ser segundos papá para mí, ayudarme de diferentes maneras, gracias por estar para mí cuando más los he necesitado.

Finalmente dedico este trabajo **a mis docentes**, como símbolo de gratitud, respeto y admiración por la labor que a diario realizan, por compartir sus conocimientos con cada uno de nosotros y apoyarnos en muchas maneras.

Muy agradecida con cada uno.

**Br. Lismairy Nallely Castro Sequeira**

## **Resumen Ejecutivo**

La presente propuesta de un proyecto de emprendimiento con un evento programado en el norte del país llamado “En el Norte Sobre Ruedas” en el municipio de Jinotega-Nicaragua, los estudiantes de La universidad FAREM-Matagalpa que actualmente cursan V año observaron la necesidad de realizar un circuito turístico donde unieran tres lugares entre ellas dos reservas que se encuentran en el norte del país, surge la unificación para poder plantear una propuesta al mercado internacional y nacional con un coste equilibrado ofertando paquetes turísticos. Se brinda el por qué y se recomienda la solución de elegir el circuito que elaboraron estos estudiantes, ya que sus objetivos engloban el promover el desarrollo turístico del país el propósito es llamar la atención del turista extranjero, dándole un valor significativo a la naturaleza, su conservación como nos dice la ley (217) que establece las normas para la conservación, protección, mejoramiento y restauración del medio ambiente y los recursos naturales que lo integran, asegurando su uso racional y sostenible, de acuerdo a lo señalado en la Constitución Política. En síntesis tomando en cuenta que tiene un costo monetario el cual se divide en varios términos como: pagos a trabajadores, impuestos a las autoridades correspondientes entre otros, el fin es ayudar a diferentes entes como MARENA que tiene a su cargo la protección del medio ambiente y el estudio, planificación y manejo de los recursos naturales de Nicaragua. Anteriormente se conocía como Instituto Nicaragüense de Recursos Naturales y Medio Ambiente. La importancia de este circuito es explotar los recursos que nos brinda la madre naturaleza de igual forma fomentar la cultura de nuestro país, hacer presencia y conciencia en mente extranjera y posesionar no solo un producto turístico sino la esencia de lo que es el país de Nicaragua.

### **Palabras claves**

Propuesta, observaron, unificación, equilibrado, promover



# INDICE

CARTA AVAL .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Resumen Ejecutivo .....	v
1. Cuerpo del trabajo .....	1
1.1- Generalidades del proyecto .....	1
➤ Misión .....	2
➤ Visión .....	2
➤ Valores .....	2
➤ Logo promocional del día del rali .....	3
En el Norte sobre Ruedas .....	3
➤ La solución .....	4
➤ El diseño .....	4
➤ Oportunidad del mercado .....	5
➤ Propuesta de valor .....	5
➤ Novedades del proyecto desde la base de la propiedad intelectual .....	6
➤ Ciclo del proyecto .....	6
➤ Proyecto .....	7
➤ Presupuesto .....	8
➤ Marco lógico .....	9
➤ Integración de proyecto tabla #1 .....	9
➤ Matriz de marco lógico .....	11
2. Plan de Negocio .....	15
2.1- Plan de marketing .....	15
➤ Descripción del producto turístico .....	15
➤ Zonificación del producto turístico .....	16
➤ Recorrido de visita a los 3 lugares del circuito turístico .....	17
Recorrido del circuito Turístico imagen #2 .....	17
➤ Comparación del producto turístico con la competencia .....	17
Tabla de comparación del producto turístico tabla #3 .....	18
➤ Propuesta de marca .....	19

➤ Mercado / Zona Comercial.....	20
➤ Principales Clientes.....	21
Perfil de turista imagen #5.....	23
Tabla de principales clientes tabla #4.....	23
➤ Demanda Total .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
➤ Participación en el mercado.....	24
➤ Precio de venta.....	25
✓ Paquete 1- Naturaleza infinita.....	26
✓ Paquete 2-Aire fresco.....	26
✓ Paquete 3- Toque de amor.....	26
➤ Medidas promocionales.....	28
➤ Estrategia de Marketing.....	30
➤ Presupuesto de Marketing.....	31
Presupuesto de contrataciones de servicios del Rally tabla #11.....	33
2.2- Plan de logística.....	33
➤ Descripción del proceso/operaciones.....	33
➤ Localización del negocio.....	34
➤ Distribución física del negocio.....	34
➤ Recursos materiales: materia prima, materiales, insumos.....	35
➤ Equipos, maquinaria.....	35
➤ Instalaciones.....	36
➤ Recursos humanos.....	36
➤ Proveedores.....	37
➤ Recurso turístico.....	37
Tipos de recursos turísticos.....	38
2.3- Plan de organización.....	39
➤ Organigrama del personal del proyecto imagen #6.....	39
➤ Selección del personal:.....	40
➤ Capacitar al personal:.....	42
Capacitación de personal. Imagen #7.....	42
Carnet de presentación del personal turístico imagen #8.....	44
2.4- Plan Financiero.....	44
➤ Proyección de ventas:.....	44
Proyección de ventas tabla #12.....	45

Plan de inversión:.....	45
Plan de inversión tabla #13 .....	45
Inversión mensual tabla #14 .....	46
➤ Flujo de efectivo:.....	46
Flujo de efectivo tabla #15 .....	47
2.5- Cronograma de actividades table #16.....	47
3. Material complementario .....	49
Bibliografía. ....	49
Anexo #1.....	53
Maqueta del circuito turístico.....	53
Anexo #2.....	54
Propuesta de valor .....	54
Anexo #3.....	55
Vista panorámica de lo que serán los tres lugares a visitar .....	55
Anexos #4.....	58
Itinerario del tours del circuito turístico que utilizaran los guías turísticos.....	58
Anexo #5.....	59
Itinerario que usaran los turistas que participarán del rally .....	59
Anexo #6.....	60
Tarjeta de presentación .....	60
Anexo #7.....	61
Subvenir del circuito:.....	61



## 1. Cuerpo del trabajo

### 1.1- Generalidades del proyecto

El desarrollo del turismo conlleva a saber el problema a través de un análisis, identificando las necesidades, en los mercados internacionales y nacionales, teniendo en cuenta la demanda turística en el país de Nicaragua donde se encuentran diversos atractivos turísticos especificando (en el norte del país) que con ellos se conllevan diferentes actividades en las diferentes estancias o reservas del norte del país, todo con un solo fin hacer realce y conciencia en la importancia de la naturaleza. A través de los años se ha mantenido un flujo constante de visitantes que acuden a nuestro país con fines recreativos. Este flujo turístico va en aumento y dichas estancias turísticas han contribuido a generar y mantener pequeñas fuentes de empleo.

En el presente documento de un proyecto de emprendimiento de turismo en el cual encontraran la creación de un circuito turístico donde se pretende utilizar herramienta de planificación que permita la implementación de los recorridos con el fin de un evento programado en la reserva el arenal(rally de ciclismo) que se lleva a cabo en el mes de marzo de cada año en el desarrollo de la actividad turística, brindando un uso adecuado del territorio mediante la zonificación y señalización del mismo, que además proporcione alternativas de empleo para los habitantes de los municipios involucrados mediante la convocatoria, contratación y capacitación y futura operación del circuito turísticos tales como, la preparación de alimentos y bebidas, guías locales, paseos en el bosque, cabalgatas y los eventos adicionales que los organizadores han propuesto en dicho documento.

De forma que se tomara en cuenta la efectiva de la publicidad para la comercialización de servicios turísticos, por lo cual es necesario contar con una guía mínima que permita seguir una ruta de marketing para dicho proceso, valiéndose de los medios masivos de comunicación, tales como: promociones en tarifas, paquetes especiales, intermediarios claves , nacionales e internacionales. Esta forma de operación, resulta ser esencial para el buen término del proyecto.

### ➤ Misión

Somos el puente que el turista necesita con la confianza y seguridad que le ofrecemos a los clientes, asegurando una actividad turística en un ambiente de buenas relaciones y obteniendo la mayor satisfacción de los clientes.

### ➤ Visión

Ser una empresa con un amplio stock en servicios turísticos de la más alta calidad y de un rango avanzado a nivel nacional y extranjero, contando con los servicios, para que el turista goce de vacaciones placenteras e inolvidables en su estancia.

### ➤ Valores

- ✓ La honestidad
- ✓ El respeto mutuo
- ✓ El trabajo en equipo
- ✓ La responsabilidad
- ✓ El profesionalismo
- ✓ La transparencia
- ✓ El compromiso
- ✓ El crecimiento
- ✓ La innovación constante

- Logo promocional del día del rali  
En el Norte sobre Ruedas

El presente logo es lo que representara al rali frente a los turistas, los estudiantes que lo elaboraron quisieron ilustrar lo que será el último evento programado, el cierre del circuito que es el rali que se hace anualmente en la reserva el arenal, por tal razón la figura de un individuo en bicicleta, la montaña de fondo y fusión de colores verdes que representan a la naturaleza.

Logo que representa el evento programado del circuito

Imagen#1



**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

### ➤ La solución

Las fases para realizar un proyecto pueden variar según su complejidad, el campo tecnológico, los propósitos, y sus aprendizajes esperados; sin embargo se proponen algunas fases a considerar en el entendido de que no son estrictamente secuenciales ya que una puede retroalimentar a las demás en diferentes momentos del desarrollo del proyecto. (Conde, 2013)

Es la base en la que se desarrolla el proyecto, su secuencia en los diferentes procesos que conllevan a un mismo fin, lo cual es la ejecución del mismo.

Lo que se pretende alcanzar con este circuito turístico es resaltar las bellezas naturales explotar el entorno que el norte del país presenta cultivando el cuidado y amor hacia la naturaleza y demás de igual forma dar a conocer a los extranjeros las raíces culturales lo que los antepasados fundaron y la gastronomía única de la región que se ha creado durante décadas llenas de historia que resaltan al país de Nicaragua.

### ➤ El diseño

Algo fundamental que hay que tener en cuenta a la hora de hablar de diseño y gestión de proyectos es que cada uno de esos proyectos tiene su propia personalidad y sus características concretas. Diseñar el proyecto es lo primero que hay que hacer. Para ello es importante que todos aquellos que participen en él, trabajen de alguna forma en el diseño, ya que es la única manera de garantizar que ningún punto relevante quedará sin abordar y que los objetivos se pueden cumplir. (Carlemany, 2021)

Es lo que representa al proyecto la personalidad propia del mismo, desde su diseño hasta el desarrollo de sus actividades, función del personal y proyección en el área a trabajar

El diseño 3D del proyecto se presentara en una maqueta física, que consta de una medida de elaborada para relatar el transcurso del rali desde la salida del Aeropuerto de la ciudad de Managua hasta la llegada a la reserva El Arenal, dicha maqueta lleva paso a paso los recorridos que tendrán los turistas en los tres diferentes lugares, la persecución que se sea obtener con la maqueta es relatar y llamar la atención para la ejecución del mismo. (Ver anexo #1 maqueta)



### ➤ Oportunidad del mercado

Aquí es cómo definimos la oportunidad de mercado a lo largo de esta guía: es el tamaño potencial proyectado de su mercado y sus ventas. Esto significa que usted tendría que calcular cuántos consumidores o negocios pertenecen a su mercado objetivo, así como ventas mucho potenciales podría hacer de ese mercado. Tratando de averiguar esto puede parecer mucho trabajo, pero es más sencillo de lo que parece. Más importante aún, usted necesita tomar una decisión informada antes de invertir los ahorros de su vida en su negocio. No es suficiente para hacerte creer que sus productos y servicios serán de interés para otros simplemente porque apelan a usted. Usted necesita saber con certeza que hay una potencial base de clientes que hay que comprar de su negocio y hacerlo sustentable. (Roque, 2018)

Es una oportunidad de negocio ya que habiendo ubicado el mercado objetivo y accesible, con la proyección de ventas estimas que habré un abanico de posibilidades para la venta del circuito que genere un interés de compra por los espectadores llamando su atención por comprar o participar en el mismo.

Teniendo conocimiento del circuito que se realizara se aprovecharan todos los beneficios que poseen los lugares donde se realizara el circuito como, su fresco y favorable clima para la salud, los lugares a visitar son amplios en los cuales podrán encontrar diferentes atractivos naturales y las estructuras en las que se alojaran o compartirán tiempos determinados, como en las diferentes actividades a realizar encontraran diversión y conocimiento.

### ➤ Propuesta de valor

Profundizando más en este concepto, podemos decir que una propuesta de valor se encarga de transmitir al cliente de forma sencilla, clara y breve cuál es la relevancia de tu empresa, para que este sepa cómo tu negocio le puede ayudar a él. A través de la propuesta se indicará el propósito de lo que hacemos y la importancia que tiene para el usuario. Sin embargo, no debe verse tan solo como una explicación sobre lo que se hace. (Golan, 2022)

La propuesta de valor es la que de forma sencilla trata de transmitir al cliente el negocio de la empresa, haciéndolo de una manera sutil pero persuasiva, para atraer la atención del cliente y su interés por realizar una compra.

Creación de un circuito turístico (En el Norte sobre ruedas) en el norte del país, carretera Jinotega con un eje temático de naturaleza pura donde se desarrollaran actividades culturales, gastronómicas típicas de la región, para la productividad y desarrollo de la zona. (Ver anexo #2 propuesta canva)

➤ Novedades del proyecto desde la base de la propiedad intelectual

El área de PROYECTOS agrupa las distintas actividades que genera tu empresa. Podrás crear, involucrar y asignar cuantos proyectos quieras haciendo participar en ellos a las personas de tu organización, invitados o clientes y concediéndoles distintos privilegios para el acceso a documentos o tareas. (CORPORATE, 2015)

Lo que representa a este proyecto aparte de conocer la naturaleza de conectar con ella y sentirla al extremo es el aprendizaje que se le dará al turista ya que es alguna de las actividades a realizar se muestra que ellos preparan su comida guiada por el chef de gastronomía nacional de igual aprenderán los bailes típicos de la región y las historias que cada uno los representa.

Su marca está diseñada para resaltar y atraer, visualmente al turista, despertar su interés por el rali y los lugares que incluirán visitar, desde la naturaleza, los colores, bebidas, gastronomía y cultura lograremos captar la atención en mente y cuerpo del turista.

De acuerdo con las indicaciones geográficas del rali En el Norte sobre Ruedas se localizara en la zona norte del país donde al adentrarse se encontraran con un clima cálido, vistas montañosas y naturaleza pura consta de tres lugares a visitar geográficamente cerca, los tres con atractivos similares que conecta y aleja al turista de la rutina o estrés de la ciudad, en el circuito habrán novedosos stop como bicicletas, artículos reciclados y subvenir que representan al circuito

➤ Ciclo del proyecto

En resumen, consideramos que el ciclo de vida de un proyecto es la serie de fases por las que atraviesa un proyecto desde su inicio hasta su cierre. Cada

organización determina el ciclo de vida de un proyecto sobre la base de sus propias necesidades. (Riveros, 2020)

Es el lapso de tiempo que implementa la empresa para la realización, preparación y ejecución de un determinado proyecto desde donde inicia su ciclo de vida hasta la culminación de este.

Dicho proyecto está elaborado para satisfacer al cliente sus necesidades por el turismo, conocimiento, aventuras, gastronomía todo lo que un servicio brindaría. Para crear en el turista experiencias inolvidables que en el tour en el norte sobre ruedas encontraría como momento de relajación, desastres y realizar actividades únicas de los lugares a visitar resaltando las diferentes destrezas de cada turista . El proyecto está dirigido a turistas nacionales e internacionales, el cual se iniciara en el mes de marzo, ya que cuenta con un evento final o programado que es el rali de ciclismo de la reserva el arenal, donde los turistas destacaran su resistencia y competitividad siendo la última actividad a realizar en el tour.

Para saber cuáles iban hacer los movimientos que se llevarían a cabo en el proyecto, se realizó una lluvia de ideas, tomando en cuenta nuestro mercado objetivo, edades, preferencias de cada perfil de turista tanto internacional como nacionalmente.

- ✓ Se obtuvieron antecedentes para corroborar la viabilidad del proyecto tales como:
- ✓ Información estadística directa de los lugares a visitar tanto histórica como actual
- ✓ Datos en redes sociales como: aprobaciones, comentarios de personas que ya visitaron los lugares
- ✓ Antecedentes e información actual de entes gubernamentales que rigen estas reservas

#### ➤ Proyecto

El término proyecto hace referencia a la planificación o concreción de un conjunto de acciones que se van a llevar a cabo y un conjunto de recursos que se van a usar para conseguir un fin determinado, unos objetivos concretos. Existen diferentes tipos o clasificaciones de proyectos, entre los que podemos destacar los

de tipo productivo o empresarial, que buscan beneficios económicos, y los de tipo público o social, que lo que pretenden es mejorar la calidad de vida de las personas. (Perez, 2021)

Es lo que dicha institución planea o crea u conjunto de actividades que conllevan a un fin la elaboración de un recurso, producto o servicio que sea beneficioso en todos los aspectos para la empresa.

Con la recopilación de los datos se llegó a la conclusión de la aprobación del proyecto, ya que cuenta con las mejores condiciones para el recibimiento de los turistas, fácil acceso en el recorrido de cada punto a visitar, deseando obtener la aceptación por los nuevos turistas a visitar ya que los 3 lugares cuentan con muy buenas recomendación en las plataformas verificadas.

#### ➤ Presupuesto

El presupuesto es una herramienta de planeación que expresa en términos financieros o monetarios las operaciones y recursos que forman parte de la empresa en un período de tiempo determinado, para lograr los objetivos fijados por la organización en su estrategia .Así mismo, es un plan que integra y coordina todas las áreas, actividades, departamentos y responsables de la empresa, expresando de forma monetaria y cuantificada los objetivos que la organización quiere lograr. Esto facilita su asignación y comunicación a cada una de las áreas de la empresa, así como el correspondiente seguimiento para garantizar su cumplimiento y detectar posibles desviaciones a corregir. (Gonzalez, 2021)

Es la herramienta que las empresas crean para tener un control del flujo de efectivo a la hora de ejecutar o elaborar un proyecto, el cual genera un margen de gastos ya establecidos por la empresa que involucra, materia prima, mano de obra para la elaboración del proyecto.

El presupuesto de este proyecto se basa en toda la duración del circuito tanto los gastos previos al circuito y los del circuito en si se harán la compra de materiales necesarios para la realización del proyecto en logística, stocks o los que se van a ocupar en las diferentes actividades que se realizaran en el ámbito gastronómico, cultural y lo referentes a usar en las diferentes guías en el campo de la naturaleza, se contratan diferentes tipos de servicios desde el transporte hasta el personal adecuado para cada área referente a sus conocimientos, se

desembolsara diferentes tipos de viáticos para el personal que trabajaran en las diferentes áreas que tendrá el rali, viáticos como transporte, comida, hospedaje, en ciertos casos 50% del uniforme a utilizar o el costo completo del mismo, la visibilidad del proyecto.

➤ Marco lógico

El marco lógico, también conocido como metodología de marco lógico (MML) es una herramienta de gestión de proyectos usada en el diseño, planificación, ejecución y evaluación de proyectos. Fue desarrollada en 1969 por la USAID (Agencia de los Estados Unidos para el desarrollo internacional) como respuesta a análisis de resultados de proyectos anteriores, donde se concluyó que había deficiencias y que era necesario crear una herramienta para mejorar los resultados de futuros proyectos. (EMPRESA, 2017)

Este método refleja detalladamente la gestión y planificación del proyecto en cada una de sus fases, esto ayuda a revisar exhaustivamente el proyecto, ver sus deficiencias y así poder crear una herramienta para tener la seguridad de éxito del proyecto en un alto porcentaje

➤ Integración de proyecto tabla #1

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<b>Fin</b> <b>Objetivo General</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plantear estrategias de atractivos turísticos en la diferente temporada del año acorde con los lugares turísticos ofertados en el país, diversificando</li> </ul>	<b>Contribuir al cuidado y protección de la naturaleza, con un evento programado, resaltando la reserva natural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia de turistas</li> <li>• Encuestas online</li> <li>• Operadoras directas</li> <li>• Entrevistas</li> </ul>	

<p>actividades y cumpliendo con las diferentes exigencias de los extranjeros.</p>			
<p><b>Propósito</b> <b>Objetivo Especifico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atraer la atención del cliente al circuito turístico</li> <li>• Promover el turismo nacional en esa zona del país</li> <li>• Incentivar a nuevos emprendimientos y negocios locales, a formar parte del desarrollo turístico del país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar la afluencia de turistas en la zona para dar a conocer más sobre el norte del país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paginas</li> <li>• Asistencia</li> <li>• Promociones que al turista motive a comprar uno de los paquetes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salud</li> <li>• Economía estable</li> </ul>
<p><b>Componentes</b></p>	<p>Capacidad del personal en la área que va a desempeñar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación del trabajo del personal</li> <li>• Encuesta a los turistas acerca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optima experiencia</li> </ul>

		del personal de trabajo	
<b>Actividades</b>	<b>Bienvenida a los turistas al aeropuerto</b>  <b>Viaje de Managua a selva negra</b>  <b>bienvenida a selva negra</b>  <b>tours por selva negra</b>  <b>almuerzo en selva negra</b>  <b>tours(degustación cultivo de fresa)</b>  <b>viaje a fresa nica</b>  <b>viaje a hotel aguas el arenal</b>  <b>cena-descanso en hotel aguas el arenal</b>  <b>lunada-fogata-cuenta cuentos</b>  <b>desayuno en hotel aguas el arenal</b>  <b>participación de la feria gastronómica, cultura y tradición</b>  <b>almuerzo</b>  <b>rally de ciclismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Plan de acción</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Personal social</b></li> <li>• <b>Optima experiencia de los guías</b></li> </ul>

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

➤ **Matriz de marco lógico**

El producto de esta metodología analítica es la Matriz (el marco lógico), la cual resume lo que el proyecto pretende hacer y cómo, cuáles son los supuestos claves y cómo los insumos y productos del proyecto serán monitoreados y

evaluados. Cabe resaltar que la Metodología Marco Lógico es una “ayuda para pensar” y no un sustituto para el análisis creativo, es un instrumento que ayuda a dicho análisis y permite presentar sucintamente diferentes aspectos del proyecto y acompaña como guía, toda la evaluación de una intervención; sea ésta, proyecto o programa. (Ortegon, 2005)

La matriz del marco lógico presenta la planificación completa del proyecto, el cual cada punto a tratar es clave para la ejecución del mismo ya que evalúa y ayuda a monitorear su completo análisis.

Matriz de marco lógico tabla #2

Resumen del proyecto	Indicadores de desempeño	de Sistema de evaluación y monitores	Suposiciones importantes
<b>Fin</b> <b>Objetivo General</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plantear estrategias de atractivos turísticos en la diferente temporada del año acorde con los lugares turísticos ofertados en el país, diversificand o actividades y cumpliendo con las diferentes exigencias de los extranjeros.</li> </ul>	Contribuir al cuidado y protección de la naturaleza, con un evento programado, resaltando la reserva natural	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asistencia de turistas</li> <li>Encuestas online</li> <li>Operadoras directas</li> <li>Entrevistas</li> </ul>	
<b>Propósito</b> <b>Objetivo Especifico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar la afluencia de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paginas</li> <li>Asistencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salud</li> <li>Economía</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atraer la atención del cliente al circuito turístico</li> <li>• Promover el turismo nacional en esa zona del país</li> <li>• Incentivar a nuevos emprendimientos y negocios locales, a formar parte del desarrollo turístico del país</li> </ul>	<p>turistas en la zona para dar a conocer más sobre el norte del país</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promociones que al turista motive a comprar uno de los paquetes</li> </ul>	<p>estable</p>
<p><b>Resultado</b></p>	<p>Se desea alcanzar un impacto en los turistas que el norte del país sea reconocido por su naturaleza, y la comodidad que oferta cada resort que el rally y las actividades que lo acompañaran de pie para una recomendación y reconocimiento a nivel nacional e internación, proyectando un lugar de flujo turístico en cada temporada del</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afluencia de personal turístico</li> <li>• Contratación de paquetes turísticos</li> <li>• Clasificación en páginas digitales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permisos fronterizos</li> <li>• Factor climático</li> </ul>

	año		
<b>Actividades</b>	Bienvenida a los turistas al aeropuerto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevistas</li> <li>• Reseñas en páginas digitales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal social</li> </ul>
	Viaje de Managua a selva negra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comentarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optima experiencia de los guías</li> </ul>
	bienvenida a selva negra		
	tours por selva negra		
	almuerzo en selva negra		
	tours(degustación cultivo de fresa)		
	viaje a fresa nica		
	viaje a hotel aguas el arrenal		
	cena-descanso en hotel aguas el arrenal		
	lunada-fogata-cuenta cuentos		
	desayuno en hotel aguas el arrenal		
	participación de la feria gastronómica, cultura y tradición		
	almuerzo		
	rally de ciclismo		

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

## 2. Plan de Negocio

### 2.1- Plan de marketing

#### ➤ Descripción del producto turístico

Producto turístico es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. El producto turístico es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan. (Alonso, 2018)

Se refiere a que el producto o servicio que se vaya a crear tiene que estar lleno de componentes claves para la atracción visual del turista, no obstante que el mismo desee o se imagine estar en dicha aventura para llevar al término de accionar, viajar y compara el circuito en sí, y que todas las expectativas que lo atrajeron a dicho lugar puedan cumplirse.

El nombre del circuito turístico es ``EN el Norte sobre Ruedas`` creado por estudiantes de la carrera de mercadotecnia en UNAN-FAREM Matagalpa cursando el V año en el primer semestre del año 2023. El nombre que lleva el circuito resalta el evento programado que concluye el recorrido, con atractivos naturales, hechos, recursos históricos, culturales, económicos que posee el norte de nuestro país siendo nuestro eje temático la naturaleza.

El circuito se destaca por brindar un servicio intangible lleno de diversos productos tangibles que llaman la atención de los visitantes a conocer esta zona del país caracterizado por un clima agradable, tradiciones, gastronomía, diferentes cultivos apreciando en gran amplitud lo que es la cultura nicaragüense.

Este circuito desea brindar una experiencia única a los turistas dicho producto está conformado por 3 lugares a visitar se parte de la capital del país Managua-Aeropuerto-Augusto Cesar Sandino en transporte privado donde se recibirán a los turistas internacionales y se toma la carretera hacia el norte que es la panamericana lo cual en el transcurso del viaje se recogerán a turistas que queden de camino, de igual manera habrá otro transporte privado que llevara a los turistas nacionales que deseen participar en el circuito, los 3 diferentes destinos

son(Selva Negra, Fresa Nica, Reserva Aguas Del Arenal) donde se vivirán experiencias únicas con una conexión inmediata con la naturaleza realizando recorridos por bosques, cafetales, cabalgatas y degustando una serie de platillos típicos de la región, contando con expresiones culturales como: danzas, artesanías, gastronomía, cuenta cuestas hechos históricos, lunadas y música en vivo.( Ver anexo #3 lugares a visitar)

Se contara con diversa empresas que participaran en la realización del circuito estas empresas serán privadas y gubernamentales como el mefcca, la cervecera y diferentes entes que serán proveedores, realizando convenios con las diferentes empresas, para la realización de las diferentes actividades.

#### ➤ Zonificación del producto turístico

Los circuitos turísticos consisten en una ruta establecida por la empresa que brinda servicios a los turistas. Además de planear los lugares que se visitará, incluye el alojamiento y alimento de las personas. El turista deberá pagar un solo precio por todos estos servicios. Existen varios tipos de circuitos turísticos: local, regional, nacional, continental e intercontinental. Como podemos observar están clasificados según el tamaño de recorrido de territorio. (PERU, 2020)

Esto refleja que el circuito turístico que se vaya a crear tiene que ser consistente y tener una concordancia en su eje central ya sea naturaleza, arte, historia u otro factor si dicho circuito lleva varios factores el creador del mismo tendrá que hacer la debida fusión para que lleve un enlace que una cada punto de referencia o visita por los turistas.

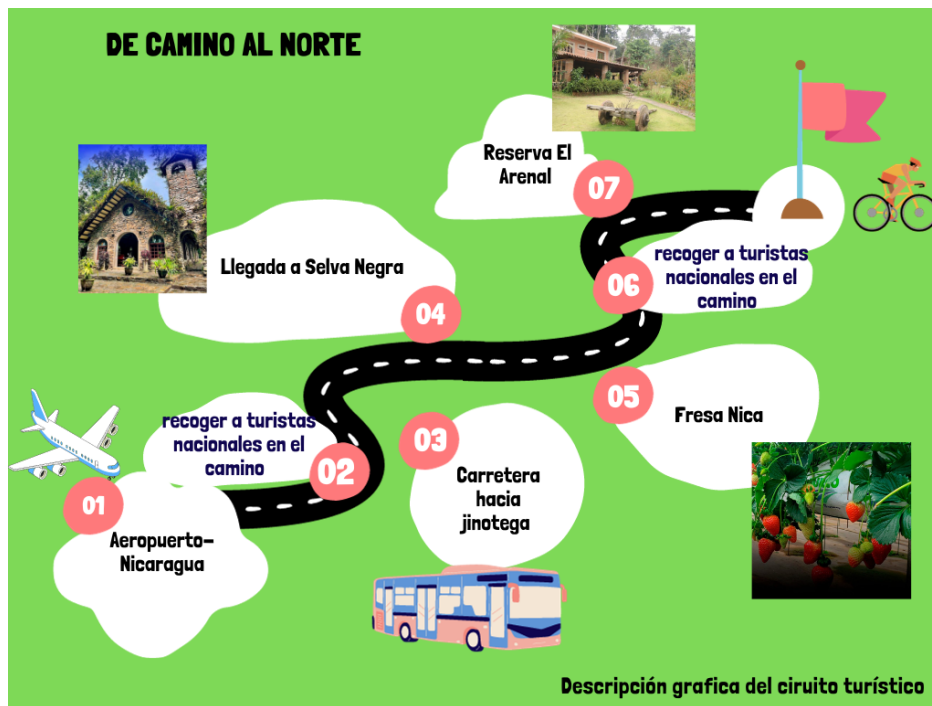
El circuito del paquete turístico que se ofertara en su primer vista en reserva selva negra está ubicada en el kilómetro 140 de la carretera Matagalpa-Jinotega, en la siguiente estación del producto turístico esta fresa nica ubicada en kilómetro 150.8 carretera vieja entre Jinotega y Matagalpa como última parada esta la reserva el arenal esta se encuentra ubicada entrada a Aranjuez carretera Matagalpa- Jinotega kilómetro 142.5 con un tiempo de 40 minutos en vehículo carretera Matagalpa-Jinotega cabe mencionar que por las condiciones del camino solo se llega en vehículo 4X4, otra opción es dejar el vehículo a cierta distancia y caminar hasta el hotel, esta es la ubicación donde se realizara el circuito y el

evento programado todo en el mismo hotel y reserva el arenal. (Ver Anexo 3 Lugares a visitar)

➤ Recorrido de visita a los 3 lugares del circuito turístico

Dicho recorrido cuenta con tres lugares que su eje central es la naturaleza, la relajación, conocimiento y aventura que logra que el turista tenga una conexión inmediata con la naturaleza y su entorno, en el anexo 1 se podrá observar el itinerario del viaje. En anexos se puede observar los itinerarios de viaje de los guías y turistas del circuito. (Ver anexo # 4 y 5 itinerario de los turistas y guías turísticos)

Recorrido del circuito Turístico imagen #2



**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa

➤ Comparación del producto turístico con la competencia

La oferta turística, más allá de los distintos oferentes de productos y servicios, está formada por todos los componentes del patrimonio turístico de un lugar, el cual está constituido por los atractivos turísticos y la planta turística más la infraestructura y la superestructura que hacen posibles su acceso y

funcionamiento. Para dimensionar correctamente la conformación de la oferta turística, es necesario distinguir la diferencia entre los recursos, las atracciones y los productos turísticos, conceptos que si bien es cierto están encadenados, a menudo tienden a confundirse o a utilizarse como sinónimos unos de otros. (P., 2013)

La comparación de un producto turístico y otro se reflejan en las similitudes que hay en ambos, ya sea su infraestructura o el entorno que tiene, lo que hace posible que un espectador compare entre ellos ya sea su servicio o producto.

Tabla de comparación del producto turístico tabla #3

<b>Evaluación del producto turístico</b>	
<b>Nombre: La Sombra Eco-logie</b>	
<b>Herramienta 6</b>	
<b>Que venden</b>	<b>Actividades</b>
	Senderismo, paseo en cultivos
<b>Tipo del producto</b>	Intangibles
<b>A quien lo venden</b>	Turistas nacionales e internacionales
<b>Mercado nacional o internacional</b>	Ambos
<b>Por zonas demográficas</b>	
<b>Por motivaciones de turistas</b>	Aficionados a la aventura, naturaleza y relajación
<b>Como lo venden</b>	Paquetes turísticos
<b>Tienen marca de producto</b>	Álbum de fotos
<b>Hacen publicidad</b>	
<b>Marketing electrónico</b>	Página web
<b>Distribución</b>	Por medio de tours operadoras que ofertan el producto
<b>Tipo de material promocional</b>	Guías, brochures
<b>Viaje de prensa</b>	
<b>Distribución de la experiencia</b>	Mediante la página web
<b>Como miden su resultado</b>	
<b>Indicadores que aplican</b>	Reseñas través de puntuaciones

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

La comparación o competencia se relaciona a diferentes equipos, entes o personas en este caso encontramos un lugar ubicado la comarca San Luis-La Dalia donde se encuentra dicha reserva con características similares a los 3 lugares visitados por nuestro circuito ``En el Norte Sobre Ruedas``, está justo a 3.5KM al norte y 4.2KM al oeste de la Dalia, donde se logra observar montañas, flora y fauna, este goza con un clima fresco de montaña.

En el lugar también se pueden hacer visitas en el mariposario, el renario, criadero de gusanos de seda y el avistamiento de aves, de igual forma se puede observar la cascada a lo lejos a la que los turistas podrán llegar por medio de 3 senderos que la conectan de igual forma se goza del bosque, fogata nocturna, charlas nocturnas sobre café y frambuesa y los cantantes locales, donde se disfruta del hotel y de la variedad de platillos gastronómicos, los turistas pueden disfrutar tanto el clima como un amanecer grandioso en esta reserva donde la naturaleza te alberga y se convierte en una experiencia única y placentera.

Todas las actividades realizadas en esta zona son similares a las propuestas en el circuito (En el Norte sobre Ruedas) siendo así la venta de productos intangibles vendidos en el mercado nacional e internacional ofertado a turistas con una motivación de aventuras, relajación y bienestar.

#### ➤ Propuesta de marca

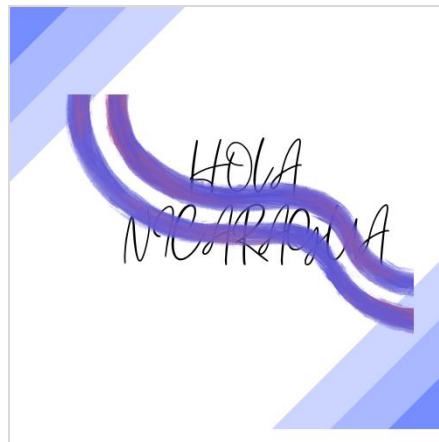
La marca es el identificador comercial de los bienes y servicios que ofrece una empresa que los diferencia de la competencia. La marca identifica al producto o servicio que se ofrece en el mercado y permite que los consumidores lo reconozcan. Así, por ejemplo, las bebidas gaseosas de Coca-Cola son ampliamente reconocidas por los consumidores quienes las buscan y las diferencian de otros productos muy similares. (Rondan, 2020)

Una marca es lo que identifica a una empresa de un producto y el de la competencia es una estrategia diseñada para posesionarse en mente del

consumidor y que antes de conocer dicho producto o servicio hagan referencia a que marca pertenece.

A continuación tenemos la propuesta de marca de la empresa HOLA NICARAGUA la cual será un respaldo en nuestros diferentes recorridos turísticos que se ofertaran a través de las plataformas. (En anexo #6 se podrá ver la presentación de la tarjeta de presentación)

Logo de propuesta de marca de la empresa imagen #3



**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

#### ➤ Mercado / Zona Comercial

El área comercial es aquella que las empresas, despliegan las estrategias de ventas relaciones públicas y todos aquellos esfuerzos para alcanzar la mejor posición en el mercado. El área comercial está presente en todas las organizaciones y es la que se encarga de vender, promocionar y posicionar productos en el mercado. Sus funciones están presentes desde el estudio, hasta la atención y análisis de post venta, buscando estrategias para posicionar una marca, fidelizar clientes y alcanzar mejor participación. (Nirian, 2020)

Se entiende por mercado comercial a un conjunto de procesos e intercambio de bienes entre individuos, que llegan a un acuerdo por el producto o servicio y el precio que se paga por este.



En el mercado comercial del circuito turístico que se ofertara en las reservas, lo forman los consumidores, de manera más óptica los turistas nacionales y extranjeros que deseen vivir la experiencia en las distintas actividades que se ofertan.

El mercado turístico a pesar de la crisis socio-política (2018) y de salud(covid19) en el país está normalizándose de nuevo antes de las crisis pasadas es decir va creciendo y según el primer informe completo de cifras, se esperaba un incremento del 4% con respecto al año anterior(2022) lo que confirma la posición del turismo.

Cabe resaltar que Nicaragua es uno de los países con recursos naturales a explotar que impulsa el turismo en sus diferentes departamentos .esto lleva a observar que con la creación de este circuito turístico permitirá ofertar aún más la riqueza que posee viéndola como algo innovador dado que se va a formar un circuito turístico ordenado, logrando un objetivo que es que el turista conozca toda la reserva natural con un tiempo determinado de cada atracción turística que oferta en las instituciones, cada una con características similares pero experiencias únicas referentes al norte de Nicaragua.

#### ➤ Principales Clientes

Un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa. La palabra cliente también puede ser utilizada como sinónimo de comprador. El cliente puede comprar un producto y luego consumirlo; o simplemente comprarlo para que lo disfrute otra persona. Sin duda, el cliente es el principal foco de atención de cualquier empresa, por lo que todos los planes y las estrategias de marketing deben enfocarse, desarrollarse e implementarse en concordancia con ellos. (Quiroa M. , 2019)

Los clientes son una palanca, para impulsar el crecimiento de una empresa ya son personas externas a ella que se encargan de consumir el producto o servicio y a mayor consumo mayor producción, más ventas para la empresa.

Los clientes potenciales del mercado turístico llegaran a ser todos aquellos que deseen vivir una experiencia al máximo e inolvidable, que les permita conocer y disfrutar de la naturaleza. Pronosticando una visita de manera local del turista

nacional así como turistas extranjeros como europeos, estadounidenses que en un promedio son los que más visitan el territorio.

Este segmento de mercado se establece más con los extranjeros dados al poder adquisitivo de la oferta de la temporada y precio del circuito, resaltando también su amor por la naturaleza, clima y aire fresco. Totalmente alejado del entorno que comúnmente diario frecuentan, el poder despejarse vivir experiencias con la naturaleza en dependencia del turismo que le guste vivir.

Se calcula evaluando a los consumidores, se crea el circuito apto para personas de 18 a 60 años de edad ya que pueden consumirlo y recorrer el circuito el mismo que se puede disfrutar en celebraciones familiares, amigos o consigo mismo.

Tomando en cuenta que el recorrido turístico se ofertara, lugares que conforman la ruta turística dentro de la reserva para turistas nacionales y extranjeros. El turista que se estima es el extranjero por su poder adquisitivo y de recreación a un lugar desconocido.

Dentro del circuito incluimos al turista nacional y extranjero principalmente al estadounidense, alemán entre otros ya que, del exterior, son los clientes que más visitan Nicaragua.

Al estar dirigido a un segmento familiar y personal, estas son las edades de los diferentes segmentos:

Buyer de personal imagen #4



**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

## Perfil de turista imagen #5

 <b>nombre</b> Lydia Cortez <b>edad</b> 45 años <b>localidad</b> Puno <b>nivel de estudios</b> Secundaria Completa <b>sector</b> Artesanía y agricultura <b>redes sociales</b> Facebook Whatsapp	<b>personalidad</b> Independiente, perseverante en la creación de sus proyectos, tales como organizadora de ferias artesanales. Ordenada y responsable	<b>puesto de trabajo</b> 30 años siendo mujer campesina 5 años siendo organizadora de ferias Artesanales
	<b>hobbies y habilidades</b> Le gusta confeccionar chompas para su familia Asistir a charlas que le ayuden en la búsqueda de estrategias para que pueda crecer desde el tejido. Asimismo, dos de sus habilidades más predominantes es la escucha y empatía, las cuales le han permitido poder motivar las creaciones de organizaciones de artesanos en Puno	<b>método de trabajo</b> Empática Trabajo en equipo Responsable Trabaja de manera organizada y no se rinde fácilmente.
	<b>metas y objetivos</b> Ampliar su red de Ferias Artesanales por todo el Perú. Incluir a un mayor número de artesanos en las ferias que realiza. Incrementar el volumen de ventas de los granos andinos que produce en Puno.	<b>herramientas que usa en el trabajo</b> Herramientas para el manejo de granos Andinos. Dispositivos móviles para contactar a sus clientes y a los participantes de las Ferias. Procesos rudimentarias para el calculo de sus ventas.
	<b>pain points</b> Poco conocimiento sobre la banca y procesos digitales Sus dudas no son resueltas por los bancos asistidos.	

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

Tabla de principales clientes tabla #4

<b>Jóvenes</b>	<b>14 a 30 años</b>
<b>Adultos</b>	<b>31 a 65 años</b>
<b>Adultos Mayores</b>	<b>65 años</b>

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

Para segmentar los adultos mayores y de los niños, se tomaron en cuenta todas las medidas necesarias para evitar accidentes. Teniendo a la mano, un equipo de primeros auxilios y de asistencia médica.

Cliente (principales clientes)

➤ Demanda total

Se considera como el valor de compras que son realizadas por empresas, familias y el gobierno de bienes y servicios producidos por economía, más los exportados en un periodo determinado. Se puede considerar como la cantidad total de las compras de un bien o servicio que pueden hacerse por un determinado sector demográfico. Se puede atender a los diversos factores como la edad,

género, nivel de estudios, etc. Se puede decir que la demanda depende mucho de la región en la que se manifieste, pues las empresas y las industrias, pueden designar un tipo de estrategias de mercadotecnia que se acoplan a los consumidores. Es uno de los principales factores que se usan para las empresas para fijar precios de sus productos. El precio y la demanda pueden estar en relación, porque a menos precio, mayor demanda y viceversa. (glosario)

Es la compra masiva de un bien o servicio por los diferentes grupos sociales ya sea un individuo o los diferentes tipos de comunidad, que ayudan a una mayor producción por parte de la empresa ya que lo que están ofertando o vendiendo está siendo demandado por la población.

El turistas que de forma colectiva o individual están motivados por el servicio turístico con el plan de adquirir en un momento dado un precio, por el cual se pronostica un segmento de mercado estipulado en el norte del país y sus alrededores para la demanda del circuito turístico que va dirigido a personas entre 18 a 60 años de edad, en la cual se prevé la demanda por parte de estos es de una aceptación positiva, del circuito turístico que se estará realizando con la finalidad de captar a los turistas nacional y extranjero a que sean participe de las aventuras inolvidables que vivirán en nuestra reserva.

#### ➤ Participación en el mercado

La participación de mercado es el porcentaje de las ventas totales de una industria que corresponde a una sola compañía. Se emplea para medir la relevancia, el tamaño y el desempeño de una empresa con respecto a sus competidores en un mercado específico. Este es un concepto que se usa junto al de cuota de mercado, el cual también analiza la presencia en el mercado de una empresa determinada. Entender este concepto es vital si quieres saber cómo hacer un estudio de mercado, pero, ¿por qué es tan importante? Sigue leyendo si quieres descubrirlo. (Gonzales, 2022)

En otras palabras, la participación de mercado es la extensión del mercado que tiene una empresa. Por ejemplo, en la industria de los teléfonos inteligentes, la participación de mercado de Apple se referiría a la cantidad de teléfonos que la compañía vende, la cual vendría a ser un porcentaje del total de teléfonos vendidos por toda la industria.

La participación del mercado llega a ser de 10% a 15%, considerando que existen pocos competidores con características similares. Con respecto a los servicios que ofertan dichas reservas se ha proyectado todas las operaciones pensando en que se utiliza el 100% de la capacidad instalada, con ocupación plena. Pero siendo conservadores, en la realidad la empresa trabajara su primer año usando el 40% de su capacidad. Se estima que en temporada alta la ocupación puede incrementar en un 15%, llegando por tanto a un 30% y en temporadas bajas un 10% menos, es decir que llegará a un 20%.

#### ➤ Precio de venta

El precio de ventas es el valor que se les cobrará a tus clientes por tu producto o servicio. En otras palabras, el precio de ventas es el valor por el que venderás tu trabajo. Definir tu precio de venta es algo que demanda atención, pero no necesita ser algo complicado. A fin de cuentas, no es ninguna novedad que dar con el precio adecuado para el producto o servicio que ofreces es algo que implica mucha responsabilidad. En efecto, unos pocos centavos más o unos menos pueden salvar o incluso causar un estrago gigantesco en tu flujo de caja y en las métricas de tu ejercicio fiscal, además de marcar una diferencia significativa en la cantidad de ventas que cierras. (LATINOAMÉRICA, 2023)

Es lo estimado en ventas que hace la empresa después de sacar al mercado un producto, realiza una fase de dar un valor estimado al producto como precio de venta por lo tanto cuando esta producción haya sido vendida sean recuperadas las utilidades de la empresa inversión y ganancia.

En el Circuito Turístico se establecerá un precio de venta considerando que los mismos serán estimados de acuerdo a la capacidad del hotel. Se calculará conforme al método de costo más margen. También se considerará que cada evento es único y los precios de los mismos pueden variar de acuerdo a sus contenidos y exigencias del cliente. Se estimará un precio de venta promedio para efectos de pronóstico de las ventas anuales, se crearán 3 tipos de paquete para los turistas (no incluye la inscripción en el rally si es turista desea participar el pago es por separado).

A continuación los diferentes paquetes a ofertar con sus nombres y tarifas de cada uno:

✓ Paquete 1- Naturaleza infinita

Circuito completo- Alojamiento en Reserva El Arenal o Selva Negra tabla #5

	Costos fijos	Costos variables unitarios	Mano de obra	Costo total	% Margen de utilidad	Margen de Utilidad	Precio de venta del circuito
<b>Habitación</b>	C\$2,010.25	C\$365.50	C\$913.75	C\$3,289.5	25%	822.375	C\$4,020.5
<b>Circuito</b>	C\$731.00	C\$187.75	C\$365.50	C\$1,644.75	20%	328.95	C\$1,827.5
<b>Total</b>	–	–	–	–	–		C\$5,848.00

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

✓ Paquete 2-Aire fresco

Solo visita a Selva Negra y Rally Tabla #6

	Costos fijos	Costos variables unitarios	Mano de obra	Costo total	% Margen de utilidad	Margen de Utilidad	Precio de venta del circuito
<b>Habitación</b>	C\$2,010.25	C\$365.50	C\$548.25	C\$2,924.00	15%	438.6	C\$2,193.00
<b>Circuito</b>	C\$731.00	C\$187.75	C\$365.50	C\$1,644.75	15%	182.75	C\$1,827.5
<b>Total</b>	–	–	–	–	–		C\$4,020.5

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

✓ Paquete 3- Toque de amor

Solo visita a Reserva El Arenal y Rally Tabla #7

	Costos fijos	Costos variables unitarios	Mano de obra	Costo total	% Margen de utilidad	Margen de Utilidad	Precio de venta del circuito
--	--------------	----------------------------	--------------	-------------	----------------------	--------------------	------------------------------

<b>Habitación</b>	C\$2,010.25	C\$365.50	C\$548.25	C\$2,924.00	15%	438.6	C\$2,193.00
<b>Circuito</b>	C\$731.00	C\$187.75	C\$365.50	C\$1,644.75	15%	182.75	C\$1,827.5
<b>Total</b>	–	–	–	–	–		C\$4,020.5

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

✓ Paquete 4 - Solo El Rally tabla#8

	<b>Costos fijos</b>	<b>Costos variables unitarios</b>	<b>Mano de obra</b>	<b>Costo total</b>	<b>% Margen de utilidad</b>	<b>Margen de Utilidad</b>	<b>Precio de venta del circuito</b>
<b>Circuito</b>	C\$731.00	C\$187.75	C\$365.50	C\$1,644.75	15%	182.75	C\$1,827.5
<b>Total</b>	–	–	–	–	–		C\$1,827.5

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa

El rally de ciclismo cuesta 230 dólares que es el evento programado (se reflejan 50 dólares ya que no somos creadores directos del evento solo se está realizando un complemento)

➤ Estimado de venta

Un pronóstico de ventas ayuda a predecir las ganancias de una empresa para tomar decisiones financieras. Entre otras cosas, brinda información sobre ingresos futuros y permite tomar decisiones sobre los gastos y la administración de flujos de efectivo. Con la evaluación de tendencias, como el comportamiento de compra de los clientes, se pueden hacer proyecciones acertadas. En este artículo explicamos en qué consiste un pronóstico de ventas, por qué es importante para la empresa, qué información necesitas para hacerlo y los pasos para elaborarlo. (INDEED, 2023)

Es el que brinda datos estadísticos de las ventas, lo que ayuda a la empresa a tomar una decisión de producción a futuro ya que con el estimado de venta

realizado permite a la misma a tener un pronóstico futuro a ver los ingresos reflejados con los resultados de comportamiento de compra de los clientes.

Para el estimado de las proyecciones de venta, únicamente se procedió a multiplicar las unidades proyectadas, por su precio sin impuestos, dando como resultado las proyecciones a 5 años.

Estimado de proyección de ventas tabla #9

	1	2	3	4	5
<b>Alojamiento</b>	C\$13,375	C\$13,712.5	C\$24,083.75	C\$24,492.12	C\$54,941.33

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

Se puede observar en la tabla, de acuerdo con las proyecciones de ventas la tasa de ocupación va creciendo cada año en promedio 10%, correspondiente al incremento de visitantes esperados, el primer año se prevén ingresos por C\$123,356.25

#### ➤ Medidas promocionales

La medida de promoción es el plan para generar o aumentar la demanda de un producto. Permite determinar las tácticas que se usarán para generar conciencia sobre el producto y para hacer que todos quieran comprarlo. El objetivo de una estrategia de promoción es presentar tu producto a los clientes potenciales y convencerlos de que lo compren. Debes lograr que avancen en el recorrido de compra. Esto hace referencia a la experiencia que atraviesan los clientes desde que reconocen la necesidad, evalúan tu producto como una solución y, finalmente, deciden comprarlo. (MacNeil, 2023)

Son las medidas que se llevan a cabo por la empresa para poder generar una alta demanda en el producto o servicio que vallan a producir asegurando el con una estrategia un posicionamiento en la mente del consumidor proyectando que un alto porcentaje de la una población estimada va a comprar el producto.



A continuación, se enumerarán las diferentes estrategias promocionales con el fin de fidelizar a sus clientes, mantener la cuota de mercado y ampliarla, de tal forma que se alcancen nuevos segmentos también.

Contratación de influencers conocidos que den a conocer la marca y los 3 diferentes lugares a visitar por las redes sociales, al mismo tiempo que lo promocionen e inviten a los usuarios a visitarlo a través de comentarios y experiencias positivas. Estas personas, son usuarios reconocidos en las redes sociales con un número elevado de seguidores y que tienen la capacidad de influir, por ejemplo, en sus decisiones de compra. Con esta estrategia se pretende llegar especialmente al público más joven que más uso hace de las redes sociales.

También se pondrá publicidad de los hoteles en redes sociales y otras páginas web.

Enviar mensajes a los clientes una vez hayan abandonado la estancia invitándoles a realizar una encuesta de satisfacción corta que permita conocer qué es lo que le gusta y lo que no, así como a que publiquen comentarios en la web y las redes sociales del hotel para que sirvan como referencia a otros usuarios para que visiten el hotel. Se ofrecerá regalos a aquellos que realicen estos comentarios una vez terminada su estancia, por ejemplo desayunos, equipos de aventura o comidas gratis para próximas estancias. Esta estrategia, a pesar de esta dirigida a todo el público, pretende llegar especialmente a aquellos que no hacen un uso intensivo de las redes sociales y que basan su decisión en los comentarios y reseñas de internet.

Teniendo en cuenta el potencial de Instagram a lo largo de todo el mundo, y de la creciente moda de publicar fotografías, especialmente durante los viajes y las vacaciones, se realizarán sorteos de habitaciones y paquetes a través de la cuenta de Instagram de los hoteles y de los influencers mencionados anteriormente, de tal forma que para poder entrar en el sorteo los usuarios tengan que seguir a la cuenta y subir a sus perfiles fotografías de la vivencia en el circuito para así darlo a conocer. (Ver anexo #7 donde se mostraran los subvenir que se ofertaran en el rally)

## ➤ Estrategia de Marketing

Una estrategia de marketing es el proceso que permite que una empresa se centre en los recursos disponibles y los utilice de la mejor manera posible para incrementar las ventas y obtener ventajas respecto de la competencia. Las estrategias de marketing parten de la base de los objetivos de negocio de la empresa. Para poder aplicar estos objetivos a la elaboración de un plan, necesitamos concretarlos y definirlos mediante el famoso acrónimo "SMART" (Tomas, 2023)

Una estrategia de marketing consiste en el estilo y el método empleados para crear oportunidades de venta. Sirve para comunicar y posicionar los productos y servicios de una empresa, y se traduce en líneas operativas que permiten llegar a un mercado meta por los canales idóneos. Una estrategia de marketing se compone de ciertos pasos específicos que se llevan a cabo para llegar al mismo resultado: promocionar la marca y vender.

Las estrategia se van a llevar a cabo, durante el comienzo de su actividad será de diferenciación. Para llevarla a cabo se apoyará en las siguientes ventajas competitivas.

- ✓ Ubicación del establecimiento: entorno único y privilegiado rodeado de recursos naturales.
- ✓ Imagen atractiva y cuidada a través de las estrategias de marketing.
- ✓ Características de la construcción: respeto del entorno natural a través de un diseño y una construcción con principios medioambientales y cumpliendo con normas de construcción bioclimática. Construcción de alta eficiencia, diseño vanguardista de cada una de las estancias del hotel (cabañas, recepción, y sala de eventos y talleres)
- ✓ Servicios adicionales: estacionamiento gratuito para clientes, así como los servicios de senderismo, cabalgatas, espacio para otros eventos, actividades y recomendaciones turísticas.
- ✓ Personal de la empresa: cercanía y servicio personalizado, al ser una pequeña empresa.
- ✓ Segmentación y posicionamiento estratégico

- ✓ En este apartado nos ocuparemos de delimitar los grupos de consumidores que constituirán nuestro target, punto de partida para después definir el posicionamiento estratégico.
- ✓ El público objetivo a nivel nacional y regional es el siguiente:
- ✓ Parejas y dink (alojamiento, servicios desayuno y cenas, turismo cultural y naturaleza, servicios de gastronomía local).
- ✓ Millennials (alojamiento, turismo de ocio, turismo de aventura, cultural, naturaleza).
- ✓ Jubilados (alojamiento, turismo de salud, confort y bienestar, servicios de desayuno y cenas, turismo cultural y naturaleza)
- ✓ Viajeros multigeneracionales (alojamiento, servicio de eventos, servicio de gastronomía local).
- ✓ Familias: el alojamiento familiar de algunas habitaciones cubo y las posibilidades que ofrece la ubicación puede interesar a determinadas familias por las diversas actividades que pueden realizar en familia.
- ✓ Viajeros por negocios (alojamiento, desayunos y cenas)
- ✓ Otros clientes: que no busquen alojamiento sino servicios como senderismo, cabalgatas.

Para alcanzar un buen posicionamiento de nuestros servicios en el mercado, es necesario conocer las necesidades y deseos del público objetivo, adaptando los productos y servicios a este. Además de conocer la competencia y ofrecer servicios diferenciados y con mayor valor añadido respecto a los competidores. El nuestro sitios tratan de posicionarse en la mente del consumidor como un establecimiento de calidad, único, vanguardista y con encanto, que posee como elemento diferenciador sus instalaciones eco-sostenibles y oferta de servicios de confort y bienestar en una ubicación en plena naturaleza.

#### ➤ Presupuesto de Marketing

Es el plan en el que se asignan los recursos financieros que existen para los esfuerzos dedicados a la publicidad, campañas, estrategias de comunicación y otras tácticas relacionadas con el departamento de marketing de una empresa. Esta herramienta, además de funcionar como una guía para administrar el presupuesto disponible en un periodo establecido, puede comprobar qué acciones

han generado mayores ganancias y qué oportunidades deben aprovecharse en futuras ocasiones. (Santos, 2021)

Un presupuesto de marketing son los recursos financieros a utilizar en la elaboración de un producto o servicio, en los que incluyen un gasto total del mismo desde en puntos como, campañas publicitarias, estrategias todo lo que influya para atraer al consumidor y posesionarnos en el mismo.

Para presupuesto en comunicación se realizará una estimación del presupuesto necesario para las acciones que se han contemplado en el plan de marketing. Los gastos aproximados de comunicación orientados al consumidor final son los siguientes:

Presupuesto de marketing tabla #10

		Precio C\$	Tiempo
<b>Marketing Local</b>			
<b>Anuncios publicitarios</b>	<b>Para ayudar a posicionar el hotel por empresa especializada</b>	<b>C\$1,090.00</b>	<b>Coste único al inicio</b>
<b>Marketing en el hotel</b>	<b>Neuromarketing, Ambient Marketing, Marketing sensorial.</b>	<b>C\$730.00</b>	<b>Mensual</b>
<b>Redes Sociales</b>			
<b>Instagram</b>	<b>Creación de contenido y planificación, gestión empresa especializada</b>	<b>C\$550,00</b>	<b>Trimestral</b>
<b>Facebook</b>	<b>Creación de contenido y planificación, gestión empresa especializada</b>	<b>C\$1,090.00</b>	<b>Trimestral</b>
<b>Página Web</b>	<b>Creación, página externa especializada.</b>	<b>C\$1,000.00</b>	<b>Mensual</b>
<b>Publicidad</b>			
<b>Promociones en agencias de viajes</b>	<b>Cada vez que el turista desee visitar nuestro país en las fechas del circuito se le ara como oferta turística</b>	<b>C\$2,000.00</b>	<b>Diario</b>
<b>Total presupuesto de marketing</b>	<b>Costo</b>	<b>C\$6,460.00</b>	

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

Una vez conseguida la notoriedad a nivel local e internacional, a través del medio internet, se valorará la opción de incrementar la notoriedad en niveles nacionales mediante de los medios tradicionales e internet.

Presupuesto de contrataciones de servicios del Rally tabla #11

Tabla de presupuesto					
Rubros	Descripción	Unidades	Costo unitario	Costo total	
Compra de materiales	Uniformes	✓ 10	✓ C\$600.00	✓	C\$6,000.00
	Papelería	uniformes	✓ C\$1,500.00	✓	C\$1,500.00
	Insumos	✓ Papelería	✓ C\$5,000.00	✓	C\$5,000.00
		✓ Alimento			
Contrataciones de servicio	Servicio de transporte	✓ 2 buses	✓ C\$1,800.00	✓	C\$3,600.00
Contrataciones de personal	Guías turísticos	✓ 7 guías turísticos	✓ C\$1,500.00	✓	C\$10,500.00
	Chef gastronómico	✓ 1 chef gastronómico	✓ C\$1,000.00	✓	C\$1,000.00
		✓ 1 chef	✓ C\$700.00	✓	C\$700.00
	Profesor de baile	✓ 2 profesor de baile	✓ C\$800.00	✓	C\$1,600.00
		✓ 1 auxiliar de cocina			
Viáticos	De alimentación, transporte y hospedaje de los colaboradores	✓ 11 colaboradores	✓ C\$500.00	✓	C\$5,500.00
<b>Total</b>	-	-	-	✓	<b>C\$35,400.00</b>

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

## 2.2- Plan de logística

### ➤ Descripción del proceso/operaciones

Los procesos operativos son los pasos y actividades esenciales que una organización realiza para llevar a cabo sus actividades comerciales de manera eficiente y cumplir con sus objetivos. Estos procesos varían según la industria y la empresa, pero suelen incluir la planificación, la adquisición de recursos, la producción, la distribución, la gestión de calidad y el servicio al cliente. La optimización de los procesos operativos es fundamental para mejorar la productividad, reducir costos y garantizar la satisfacción del cliente. Las empresas

a menudo emplean herramientas como la gestión de la cadena de suministro y la automatización para perfeccionar sus procesos operativos y mantenerse competitivos en el mercado. (Cristofani, 2022)

Dentro de una empresa, el proceso de operación se refiere a la actividad por la cual se generan bienes o servicios a partir del consumo de recursos; es decir, a partir del consumo de otros bienes y/o servicios.

La actividad a realizar en proceso y llevar a cabo la operación sería el rally en su totalidad ya que el conlleva un conjunto de actividades con un proceso de elaboración y ejecución en un periodo de tiempo determinado.

#### ➤ Localización del negocio

La localización y dimensión de la empresa son decisiones que suelen tomarse en el momento del nacimiento de la empresa. y que normalmente se toman de manera conjunta. Es decir, una determinada dimensión puede implicar que no podamos localizarnos en determinados lugares. Una localización, puede obligarnos a tomar una dimensión en concreto. Ambas son decisiones estratégicas, ya que suelen implicar grandes inversiones iniciales, por lo que una vez tomadas, un cambio de idea puede conllevar graves costes irre recuperables. (Argudo)

La localización de las empresas hace referencia al lugar físico donde se ubicará el negocio. Debes tener presente, que esta ubicación puede variar dependiendo del tipo de empresa, pueden ser comerciales o industriales.

La localización de donde se ejecutara el circuito turístico lleva una ruta consecutiva antes mencionada las localizaciones exactas y en una sola vía.

#### ➤ Distribución física del negocio

El concepto de distribución física incluye la integración de todas estas actividades que se consideran necesarias para ofrecer un nivel de servicio que satisfaga las necesidades del consumidor. El movimiento de las mercancías es cada día más costoso, pero crea beneficios de tiempo y lugar que maximizan el

valor de los productos al entregarlos en el lugar y en el momento requerido. (Laedu, 2011)

La distribución física internacional es el grupo de operaciones indispensables para desplazar la carga desde un punto de origen hacia un destino. Así lo indica la Comisión de la Promoción de las Exportaciones (PROMPEX). Para que esto sea posible, se necesita la intervención de una serie de actores de comercio.

La distribución física del rally se basa en los tres lugares a visitar, los cuales los integrantes del mismo se desplazarán en transporte privado desde la capital hasta el norte de la ciudad donde están situadas las reservas.

➤ Recursos materiales: materia prima, materiales, insumos

Los recursos materiales son todos los insumos, materias primas, herramientas, maquinas, equipos y todo elemento físico que se requiere para realizar el proceso de producción de una empresa. (Quiroa M. , 2020)

Es lo que se utiliza para la elaboración de un producto o servicio es cada material o herramienta desde un punto cero de iniciación, el proceso de ejecución hasta la culminación.

Con los cuales haremos uso de cada uno en ejecución y operalización del circuito turístico a realizar, ya que necesitaremos el recurso humano para guiar enseñar a cada uno de nuestros clientes, el financiero para poder ejecutar y cubrir cada costo generado, los materiales en todo momento utilizados y los técnicos y tecnológicos ya que es la fuente de conexión con los posibles compradores del circuito.

➤ Equipos, maquinaria

El término de maquinaria hace referencia a un dispositivo mecánico compuesto por determinadas piezas (ya sean móviles o inmóviles) que permiten que interactúen entre sí y, mediante la interacción, transformarse en energía y poder realizar una acción determinada. (Mendez, 2019)

El termino maquinaria se refiere a los móviles que se utilizaran en el transcurso de la elaboración o ejecución de un producto o servicio.

En nuestro circuito se basa el equipo se basa en el amplio stock que tendremos en oferta aparte de los suvenir que representan el evento pregrado sino

también los diferentes accesorios, bicicletas y equipo de acompañamiento en todo el tours en los diferentes destinos.

#### ➤ Instalaciones

Una vivienda, oficina o centro comercial no serían funcionales sin las instalaciones. Aunque no llamen la atención estéticamente como otros elementos arquitectónicos, esas infraestructuras que permiten las conexiones a través de toda la edificación son esenciales para proporcionar los servicios básicos a las personas que vayan a habitarla o usarla. Por esa razón, en un grado en Arquitectura no solo se estudian las técnicas de edificación sino también las instalaciones, tanto su diseño como el dimensionado. (EUROPEA, 2022)

Son los recursos, concentrados en un lugar predestinado, lugares en excelentes condiciones, su ambiente, estructura interna y externa estéticamente en excelentes condiciones.

Es la preparación donde se encuentran una dicha cantidad de bienes que tienen que estar en un momento indicado, por tal razón los organizadores del evento tiene un cronograma de actividades donde se plasma un orden de bienes que tiene que estar en perfecto orden a la hora de llegada del cliente predestinado en las instalaciones correspondientes ya sea actividades de campo, hospedaje en cada lugar a visitar.

#### ➤ Recursos humanos

El departamento de recursos humanos es uno de los más importantes de cualquier empresa, especialmente cuando está en etapa de crecimiento. Para poder explotar todo su potencial existen ciertas funciones elementales que se deben llevar a cabo dentro de cualquier organización. (Argentaria, 2023)

El departamento de recursos humanos es el que rige la base del personal de trabajo en la empresa, tanto sus deberes o derechos como la ley externa lo establezca.

Son recursos que utilizaremos en las diferentes plataformas logísticas los medios materiales y humanos de los que vamos a disponer el día del circuito turístico, para cubrir las necesidades de cada actividad del circuito en los tres diferentes destinos.



### ➤ Proveedores

El término “proveedor” proviene del verbo latino *providere* (“proveer”) que está formado por las voces latinas *pro-* (“adelante” o “a favor”) (“ver”, “observar”). Es decir, que el proveedor anticipa (“ve hacia adelante”) las necesidades de la organización y por ello produce y comercializa lo que esta va a necesitar para su funcionamiento. O sea, que está preparado para satisfacer las necesidades que surjan. (ETC, 2023)

Los proveedores son los agentes que se encargan de proveer a las empresas dicha materia prima elaborada o la base para elaborar un producto o a la creación de un servicio son una pieza clave en el funcionamiento de una empresa por sus aportes a una producción destinada.

Desde el punto cero de la apertura del circuito los proveedores están presentes tales como:

- ✓ Concesionario del medio de transporte que brinda el servicio de llevar a los turistas a cada destino
- ✓ Los hoteles proveedores de estancia y alimentos
- ✓ Las diferentes entes que proveerán insumos o personal para la realización de las dichas actividades plasmadas en el circuito

### ➤ Recurso turístico.

Los recursos son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en stock, que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización. Son materia prima para las atracciones. Tal como afirmó Glare Gunn, investigador norteamericano en la revista *Tourism Educators News Letter*, a menos que haya lugares interesantes, divertidos y que valga la pena visitar, no hay necesidad de los servicios de hospedaje y comida (Turístico, 2016)

## Tipos de recursos turísticos

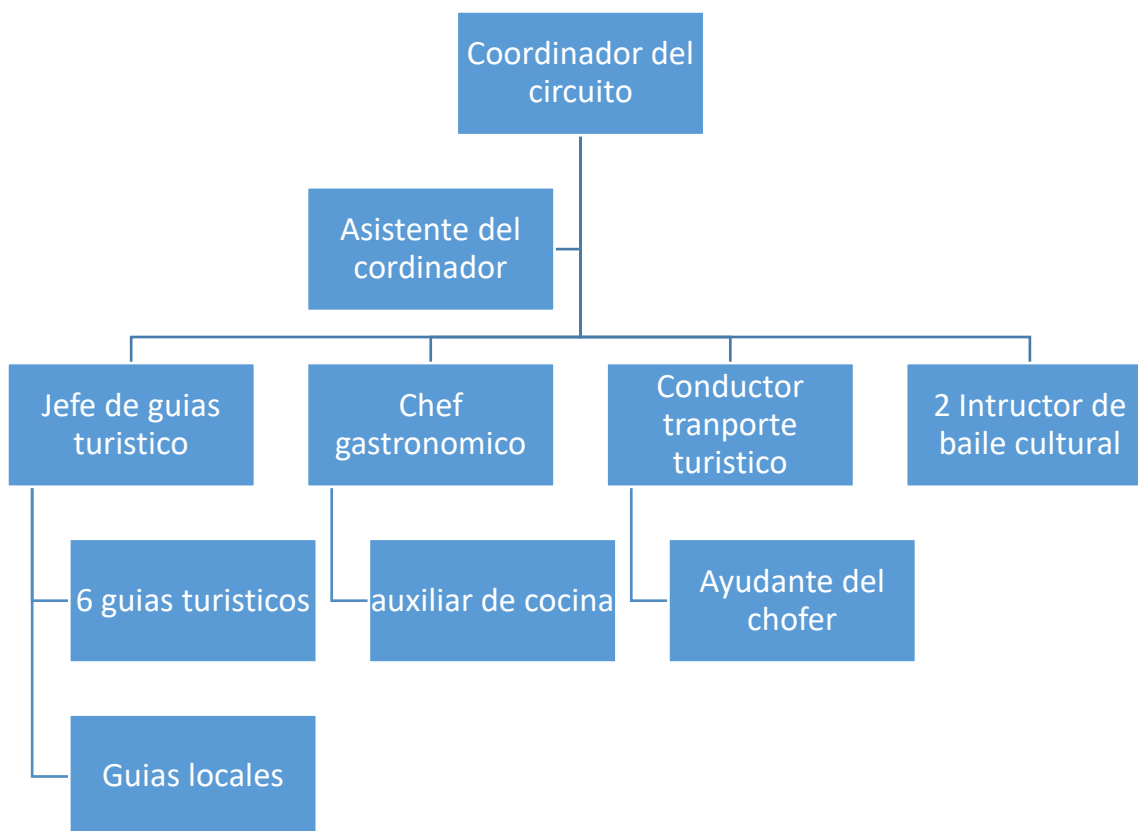
- ✓ Recursos naturales
- ✓ Recursos culturales
- ✓ Renovables: recurso que se restaura de manera natural.
- ✓ Permanentes: requieren un adecuado aprovechamiento y conservación para evitar su destrucción
- ✓ Creables: son aprovechados por lapsos de tiempo y aunque no se destruyen, pueden perder interés de acuerdo al momento que se utilicen.  
(Turístico, 2016)

Es decir, se debe tomar en cuenta que el recurso turístico es el elemento básico para poder desarrollar un destino con atractivo turístico y diferenciarse de la competencia. Es alrededor de estos que se pueden crear servicios como: hoteles, restaurantes, centros de diversión, entre otros. Los recursos turísticos, en la mayoría de las ocasiones terminan por constituir el elemento principal que motiva el desplazamiento de los turistas, esencialmente por ocio.

Los recursos turísticos que se utilizaran en el rally se encuentran en el norte del país en los cuales en dos se muestran, servicios de hospedaje, alimentación. Cabe resaltar que las tres reservas cuentan con los recursos turísticos necesarios para cumplir con las expectativas de los consumidores.

## 2.3- Plan de organización

- Organigrama del personal del proyecto imagen #6



**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

### ➤ Cargos y funciones

- ✓ **Coordinador del circuito:** tiene como finalidad coordinar cada actividad a realizar con los diferentes jefes de área tomado en cuenta tiempo y actividad previendo que todo este bajo su debido orden antes de ejecutar la realización del circuito.
- ✓ **Asistente del coordinador:** tiene como función gestionar ordenes y comunicar a las diferentes personas que están al frente del circuito, ser un intermediario proactivo en todo el circuito.
- ✓ **Jefe de guías turísticos y guías turísticos:** son los encargados de monitorear y guiar a los guías de cada área en sus diferentes mini circuitos, que tengan el conocimiento adecuado para que sepan guiar al espectador.
- ✓ **Chef gastronómico:** es el encargado en el día 2 del circuito en la feria gastronómica de instruir a los turistas en la variedad de comida típica del paas mostrarles y enseñarles la preparación.
- ✓ **Auxiliar de cocina:** es la mano derecha del chef gastronómico en apoyo incondicional el día de la feria, creando un ambiente de orden y aprendizaje.
- ✓ **Conductor:** Sera el encargado de transportar desde el punto de inicio a los clientes hasta que termine el rally teniendo en cuenta que debe ser una persona instruida en los diferentes destinos que va a visitar.
- ✓ **Ayudante del conductor:** Es el encargado de auxiliar al conductor en cada una de sus funciones y principalmente a los turistas.
- ✓ **Instructor de baile:** Sera el encargado de brindar clases de bailes culturales a los turistas en el segundo día del circuito con la finalidad de que ellos aprendan en baile lo típico de la región.

### ➤ Selección del personal:

El éxito de cualquier organización depende de la calidad del personal que se selecciona para el trabajo. Por lo tanto, el procedimiento de selección es una de las funciones del departamento de recursos humanos más importante para la gestión de una organización. (Ortega, 2023)

La selección de personal es el proceso que se sigue para la contratación de un empleado en una organización. Inicia desde que una persona se postula para una vacante o en el momento en el que el reclutador ha encontrado un perfil interesante y culmina con la contratación de un nuevo compañero de trabajo.

El objetivo del proceso es elegir al candidato más valioso para la organización. Sin embargo, todo lo que sucede entre el punto A y el punto B puede variar de empresa a empresa, ya que cada una tiene sus propias políticas internas y formas de reclutar. Para cubrir la vacante se evalúan las cualidades, conocimientos, habilidades o la experiencia para cubrir la vacante que demanda la organización. El proceso de selección de personal es la herramienta que el área de Recursos Humanos y la dirección aplica para diferenciar entre los candidatos que están cualificados y los que no lo están mediante el uso de diferentes técnicas.

Se realizarán entrevistas para el personal adecuado a guiar el rally, se establecerán diferentes criterios puntuales que debe cumplir cada aspirante tales como:

- ✓ Record actualizado con excelentes referencias y una conducta intachable
- ✓ Hablar inglés
- ✓ Buen léxico
- ✓ Facilidad al hablar
- ✓ Examen psicológico y de actitud
- ✓ Conocimiento del área a trabajar

➤ Requisitos para el procedimiento de selección de personal:

El procedimiento de selección de personal tiene una serie de etapas que ayudan a la organización a obtener más información sobre un candidato.

Para que el procedimiento de selección tenga éxito, es recomendable que cuente con los siguientes elementos:

- ✓ El número de solicitantes debe ser suficiente. de lo contrario, será difícil elegir al mejor candidato.
- ✓ Debe haber personal designado para seleccionar a los candidatos. Esas personas deben ser elegidas en función del tipo de candidatos a seleccionar.

Desarrollar una lista de condiciones necesarias del candidato. Con esto pueden compararse los conocimientos, las competencias, las habilidades, etc. de cada uno y elegir el mejor.

➤ Capacitar al personal:

Las encuestas han demostrado que los jóvenes profesionales de hoy en día quieren algo más que un salario. Los millennials (entre 22 y 37 años) valoran especialmente a los empleadores que ofrecen flexibilidad, oportunidades de crecimiento profesional y un sentido de propósito. Es probable que estos cambien de trabajo si no están satisfechos con su puesto actual. Una capacitación de alta calidad alinea los valores corporativos y la estrategia. Ir más allá de lo básico demuestra que la empresa está dispuesta a invertir en sus empleados a largo plazo. Para los empleados, una capacitación sólida es un mensaje de la empresa que les dice «Tú nos importas» (Colman, 2021)

Capacitación de personal. Imagen #7



La capacitación de personal es una manera de proporcionar a los estudiantes los conocimientos y las competencias que necesitan para ser muy eficientes en su trabajo. Normalmente esto es responsabilidad de los equipos de aprendizaje y desarrollo/talento en empresas más grandes y del departamento de recursos humanos en empresas más pequeñas. Estos son responsables de identificar las necesidades de capacitación, desarrollar programas de capacitación y ponerlos a disposición de los empleados.

## Ventajas de la capacitación de personal

La capacitación de personal es crucial para el éxito de cualquier negocio. Tus empleados son la fuerza motriz detrás de tu empresa, por lo que ayudarlos a ampliar sus conocimientos y mejorar sus habilidades profesionales solo mejorará tu negocio. Estas son al menos cuatro razones por las que esto debería importarte.

- ✓ Mayor eficiencia
- ✓ Un programa de capacitación bien diseñado que satisface las necesidades de los empleados hace que tu personal sea más productivo y eficiente. Con el tiempo, estas mejoras harán que tu empresa sea más rentable.
- ✓ Mayor motivación
- ✓ Los programas de capacitación ayudan a los empleados, a los equipos y a los departamentos a unificarse en una sola estructura organizativa. Los empleados que entienden cómo su puesto de trabajo apoya la misión y los objetivos generales de la empresa pueden trazar una línea entre «mi trabajo» y «el éxito de mi empresa».

Se realizarán diferentes capacitaciones de acuerdo a cada área de ejecución.

Los guías turísticos recibirán una capacitación de relaciones humanas para la relación que tendrá con el turista, de lenguaje corporal y léxico al momento de expresarte y un conocimiento más extensivo del circuito a presentar.

El chef gastronómico y auxiliar se le harán valoraciones del cocinado típico con el objetivo de saber el menú correspondiente a presentar en tiempo y forma.

Al conductor y ayudante se le harán diversas pruebas de manejo que reflejen que está apto para la travesía del circuito contando con las horas de viaje y la precaución, de igual forma se le hará una revisión en sus documentos.

Al instructor de baile se le realizarán diferentes tipos de prueba que certifique su veracidad como instructor en baile cultural.

## Carnet de presentación del personal turístico imagen #8



**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

### 2.4- Plan Financiero

#### ➤ Proyección de ventas:

Básicamente consiste en averiguar cuanto podremos vender, teniendo en cuenta que la proyección de ventas está relacionada con el resto de actividades. Por tanto, es uno de los análisis esenciales que debe llevar a cabo cualquier empresa. Recordemos que el centro de cualquier negocio es el cliente y su facturación es la principal fuente de ingresos. (Areas, 2020)

Es un análisis que toda empresa elabora con un periodo de tiempo determinado realizan la proyección de venta anual o semestralmente del inventario o producción que tiene en bodega o en stock.

Pensando en el aumento de la demanda por el circuito turístico no solo por el motivo de la demanda si no del costo de insumos, materia prima o los diferentes recursos que se utilizaran en la realización del circuito, los diferentes paquetes turísticos antes señalados estarán disponibles desde diciembre teniendo una proyección de venta de:



### Proyección de ventas tabla #12

Paquete	Precio	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
	<b>Incremento</b>	<b>10%</b>	<b>15%</b>	<b>5%</b>	<b>20%</b>
<b>1-</b>	<b>C\$5,848.00</b>	<b>C\$6,432.80</b>	<b>C\$7,397.72</b>	<b>C\$7,767.60</b>	<b>C\$9,321.12</b>
<b>Naturaleza infinita</b>					
<b>2-Aire fresco</b>	<b>C\$4,020.00</b>	<b>C\$4,422.00</b>	<b>C\$5,085.30</b>	<b>C\$5,339.56</b>	<b>C\$6,407.47</b>
<b>3-Toque de amor</b>	<b>C\$4,000.00</b>	<b>C\$4,400.00</b>	<b>C\$5,060.00</b>	<b>C\$5,313.00</b>	<b>C\$6,375.60</b>
<b>4-Rally</b>	<b>C\$1,820.00</b>	<b>C\$2,002.00</b>	<b>C\$2,302.30</b>	<b>C\$2,417.41</b>	<b>C\$2,900.89</b>

Fuente: Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

### Plan de inversión:

La planificación cuando vas a iniciar cualquier nuevo proyecto es fundamental para trazar tu ruta de acción, componer tu matriz de actividades y poder adelantarte y solucionar los obstáculos que puedan surgir en el camino. Si el proyecto que quieres iniciar es un nuevo negocio o si ya tienes una empresa en funcionamiento que quieres consolidar o expandir, es especialmente importante que realices dicha planificación, en este caso, con el formato de un plan de negocio, dentro del cual tendrás que incluir el plan de inversión, donde reflejarás todo lo que necesitas para iniciar tu negocio. (Seco, 2023)

Un plan de inversión es un análisis detallado de todos los objetos relacionados con una inversión, así como sus costes respectivos. Se debe tener en cuenta que el plan de inversión incluye solo los gastos incurridos durante la inversión y la fase de inicio, ya sean gastos fijos o gastos corrientes.

Considerando todos los puntos de egreso del rally se elabora un plan de inversión inicial para controlar los gastos de cada actividad.

### Plan de inversión tabla #13

Plan de inversión	
Concepto	Monto
Elementos de transporte	C\$14,000.00
Equipo de oficina	C\$20,500.00
Gastos de institución anual	C\$80,300.00

<b>Materia prima</b>	<b>C\$995,630.00</b>
<b>Salarios</b>	<b>C\$25,000.00</b>
<b>Combustible</b>	<b>C\$30,500.00</b>
<b>Materiales logísticos</b>	<b>C\$28,900.00</b>
<b>Alimentación</b>	<b>C\$40,000.00</b>
<b>Otros</b>	<b>C\$10,000.00</b>
<b>Gasto total inversión</b>	<b>C\$1,244,830.00</b>

Fuente: Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

#### Inversión mensual tabla #14

<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
<b>Gastos variables</b>	<b>C\$50,000.00</b>
<b>Gastos fijos</b>	<b>C\$4,000.00</b>
<b>Salarios</b>	<b>C\$25,000.00</b>
<b>Otros gastos</b>	<b>C\$5,000.00</b>
<b>Total gastos mensuales</b>	<b>C\$84,000.00</b>

Fuente: Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

#### ➤ Flujo de efectivo:

El término flujo de efectivo se utiliza para designar los cobros menos los pagos en efectivo durante un periodo seleccionado. Es una estimación del importe de dinero que espera que entre y salga de su empresa e incluye todos sus ingresos y gastos previstos. (Brentholtof, 2022)

En la mayoría de las empresas en flujo de efectivo es un tema muy importante donde operan de la manera correspondiente y realizan las declaraciones pertinentes, de su movimiento de efectivo y en sus diferentes distribuciones, generando el equilibrio para el crecimiento de la empresa, teniendo un balance y una solides en el capital con las diferentes variación es en los periodos de tiempo de recuperación que la empresa establece.

De acuerdo con los conocimientos se elaboró el flujo de efectivo de los dos días del circuito turístico y los gastos que en el conlleven.

### Flujo de efectivo tabla #15

Gastos	Día 1 del circuito	Día 2 del circuito
Servicios básicos	C\$900.00	C\$900.00
Costos de producción	C\$1,500.00	C\$2,500.00
Gastos administrativos	C\$2,000.00	C\$2,000.00
Total venta	C\$40,000.00	C\$45,000.00
Total efectivo	C\$45,000.00	C\$50,000.00

Fuente: Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

### 2.5- Cronograma de actividades table #16 Mes de Marzo

Actividad	Día 08	Día 09	Día 10	Día 11	Día 12	Día 13	Día 14	Día 15	Día 16
Capacitación del personal	X	X	X	X					
Verificación de las instalaciones de los lugares a visitar	X		X	X		X			
Recibir y transportar a							X		

los turistas al primer destino Selva Negra	
Recibimiento de los turistas reserva Selva Negra	X
Actividades en Selva Negra	X
Transporta a los turistas a fresa nica	X
Actividades en Fresa Nica	X
Transportar a los turistas a Reserva El Arenal	X
Instalar a los turistas en sus habitaciones	X
Actividades nocturnas en reserva el arenal	X
Actividades en Reserva	X

<b>el Arenal día del rally</b>	
<b>Culminación del circuito</b>	<b>X</b>
<b>Liquidación de personal</b>	<b>X</b>
<b>CLAUSURA</b>	

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa

### 3. Material complementario

#### Bibliografía.

Alonso, A. (9 de Septiembre de 2018). *CEUPE*. Obtenido de <https://www.ceupe.com> › que-es-un-producto-turistico

Areas, E. R. (01 de mayo de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/proyeccion-de-ventas.html>

Argentaria, B. b. (30 de enero de 2023). *banco bilbao*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/10-funciones-del-departamento-de-recursos-humanos/>

Argudo, J. M. (s.f.). *econosublime*. Obtenido de <https://www.econosublime.com/2019/03/localizacion-empresa.html>

brentholtof. (26 de septiembre de 2022). *microsofflean*. Obtenido de <https://learn.microsoft.com/es-es/dynamics365/business-central/finance-cash-flow-overview>

CARLEMANY, U. (29 de abril de 2021). *universidad carlemany*. Obtenido de <https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/la-importancia-del-diseno-en-la-gestion-de-proyectos/>

Colman, H. (02 de Junio de 2021). *ispring*. Obtenido de ispring: <https://www.ispring.es/blog/capacitacion-de-personal>

CONDE, B. (27 de septiembre de 2013). *slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/bestelacond/mtodo-de-solucin-de-proyectos>

CORPORATE, S. S. (27 de octubre de 2015). *social shared*. Obtenido de <https://www.socialshared.net/blog/novedades-y-mejoras-en-los-proyectos-de-social-shared-corporate.htm>

Cristofani, F. (15 de junio de 2022). *de ingenieria industrial* . Obtenido de <https://deingenieriaindustrial.com/administracion-operaciones/procesos-operativos/>

EMPRESA, I. (23 de febrero de 2017). *ingenio empresa*. Obtenido de <https://www.ingenioempresa.com/metodologia-marco-logico/>

ETC, E. (06 de febrero de 2023). *concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/proveedor/>

Europea, U. (04 de octubre de 2022). *universidad europea*. Obtenido de <https://universidadeuropea.com/blog/tipos-instalaciones-edificaciones/>

glosario, m. (s.f.). *mott glosario*. Obtenido de mott glosario: <https://glosario.mott.pe/marketing/palabras/demanda-total>

GOLAN, P. (17 de junio de 2022). *shopify*. Obtenido de <https://www.shopify.com/es/blog/propuesta-de-valor>

GONZALES, O. (23 de febrero de 2022). *crehana*. Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/que-es-participacion-mercado/>

GONZALEZ, M. (26 de abril de 2021). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/presupuesto-que-es-importancia-elementos-tipos/>

Guadalupe Calderón Gómez, F. L. (18 de DICIEMBRE de 2012). *GESTION TURISTICA*. Obtenido de *GESTION TURISTICA*: <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223326490002.pdf>

ideasdenegocio.pro, i. (Agosto de 2018). *indexó ideasdenegocio.pro*. Obtenido de indexó ideasdenegocio.pro: <https://ideasdenegocio.pro/que-es-el-potencial-turistico/>

IFP. (24 de Marzo de 2022). *Innovacion en Formacion Profesional*. Obtenido de Innovacion en Formacion Profesional.: <https://www.ifp.es/blog/cuales-son-las-funciones-de-un-guia-turistico>

INDEED. (18 de Marzo de 2023). *Indeed*. Obtenido de <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/que-es-pronostico-ventas>

- Laedu. (14 de noviembre de 2011). *educativos*. Obtenido de <https://educativos.com/apuntes/archives/2041>
- LATINOAMÉRICA, S. (10 de Febrero de 2023). *Salesforce*. Obtenido de <https://www.salesforce.com/mx/blog/2023/02/precio-de-venta.html>
- MacNeil, C. (25 de junio de 2023). *asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/promotion-strategy>
- Mendez, D. (04 de octubre de 2019). *economia simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/maquinaria>
- NIRIAN, P. O. (01 de enero de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/area-comercial.html>
- Ortega, C. (2023). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/seleccion-de-personal/>
- ORTEGON, E. (2005). *repositorio cepal*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2d86ecfb-f922-49d3-a919-e4fd4d463bd7/content>
- P., M. a. (Noviembre de 2013). *InterMark*. Obtenido de InterMark: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>
- PEREZ, A. (25 de abril de 2021). *obsbusiness*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-un-proyecto-una-definicion-practica>
- PERU, I. (20 de Enero de 2020). *Intur Perú*. Obtenido de Intur Perú: <https://inturperu.edu.pe/circuitos-turisticos-por-que-son-tan-importantes/>
- Pursell, S. (16 de Marzo de 2023). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>
- Quiroa, M. (01 de Noviembre de 2019). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- Quiroa, M. (01 de abril de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/recursos-materiales.html>
- RIVEROS, A. (19 de octubre de 2020). *ealde*. Obtenido de <https://www.ealde.es/definicion-ciclo-vida-proyecto/>
- RONDAN, P. N. (1 de junio de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/marca.html>
- ROQUE, C. (28 de septiembre de 2018). *evatotuts*. Obtenido de <https://business.tutsplus.com/es/tutorials/define-analyze-a-market-opportunity--cms-31875>
- Santos, D. (15 de julio de 2021). *crea y mide tu presupuesto*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/plantillas-esenciales-presupuestos-de-marketing>

Seco, M. (08 de junio de 2023). *emprendepyme*. Obtenido de <https://emprendepyme.net/que-es-un-plan-de-inversion.html>

Tomas, D. (03 de abril de 2023). *cyberclik*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>

Turistico, E. (30 de Septiembre de 2016). *Entorno Turistico*. Obtenido de Entorno Turistico: <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>



## Anexo #1

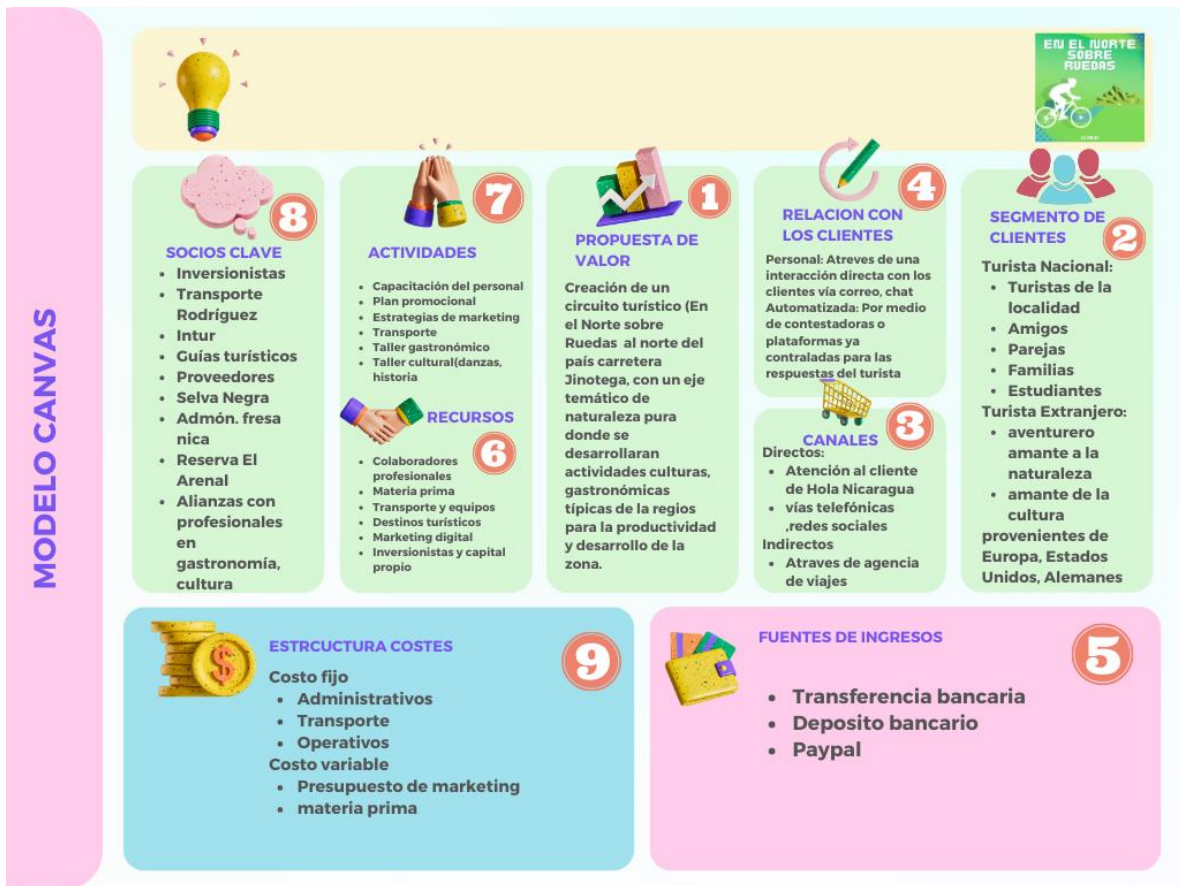
### Maqueta del circuito turístico



**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa

## Anexo #2

### Propuesta de valor



**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa

### Anexo #3

Vista panorámica de lo que serán los tres lugares a visitar



**Fuente:** Tomada de la página oficial de Facebook de Selva Negra.



**Fuente:** Tomada de la página oficial de Facebook de Fresa Nica.



**Fuente:** Tomada de la página oficial de Facebook de la Reserva el Arenal.

## Anexos #4

Itinerario del tours del circuito turístico que utilizaran los guías turísticos



### ITINERARIO DE VIAJE

#### 14-MARZO 2023

HORA	ACTIVIDAD	TIEMPO
6:00AM	BIENVENIDA A LOS TURISTAS AL AEROPUERTO	1 HORA
7:00AM	VIAJE DE MANAGUA A SELVA NEGRA	3 HORA
10:00AM	BIENVENIDA A SELVA NEGRA	1 HORA
11:00AM	TOURS POR SELVA NEGRA	2 HORA
1:00PM	ALMUERZO EN SELVA NEGRA	1 HORA
2:00PM	VIAJE A FRESA NICA	1 HORA
3:00PM	TOURS(DEGUSTACION CULTIVO DE FRESA)	2 HORA
5:00PM	VIAJE A HOTEL AGUAS EL ARENAL	1 HORA
6:00PM	CENA-DESCANSO EN HOTEL AGUAS EL ARENAL	
7:00PM	LUNADA-FOGATA-CUENTA CUENTOS	

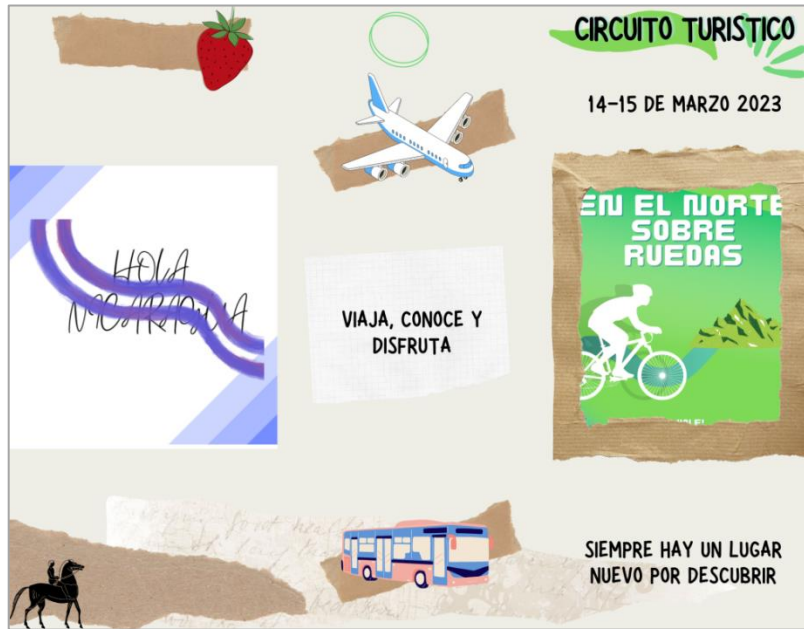
#### 15-MARZO 2023

7:00AM	DESAYUNO EN HOTEL AGUAS EL ARENAL	1 HORA
8:00PM	PARTICIPACION DE LA FERIA GASTRONOMICA, CULTURA Y TRADICION	3 HORA
12:00PM	ALMUERZO	1 HORA
3:00PM	RALLI DE CICLISMO	3 HORA

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

## Anexo #5

Itinerario que usaran los turistas que participarán del rally



14-MARZO 2023	ITINERARIO DE VIAJE	15-MARZO 2023
6:00AM BIENVENIDA A LOS TURISTAS AL AEROPUERTO 1 HORA	2:00PM VIAJE A FRESA NICA 1 HORA	7:00AM DESAYUNO EN HOTEL AGUAS EL ARENAL 1 HORA
7:00AM VIAJE DE MANAGUA A SELVA NEGRA 3 HORA	3:00PM TOURS (DEGUSTACION CULTIVO DE FRESA) 2 HORA	8:00AM PARTICIPACION DE LA FERIA GASTRONOMICA, CULTURA Y TRADICION 3 HORA
10:00AM BIENVENIDA A SELVA NEGRA 1 HORA	5:00PM VIAJE A HOTEL AGUAS EL ARENAL 1 HORA	
11:00AM TOURS POR SELVA NEGRA 2 HORA	6:00PM CENA-DESCANSO EN HOTEL AGUAS EL ARENAL	
1:00PM ALMUERZO EN SELVA NEGRA 1 HORA	7:00PM LUNADA-FOGATA-CUENTA CUENTOS	12:00PM ALMUERZO 1 HORA
		3:00PM RALLI DE CICLISMO 3 HORA

**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

## Anexo #6

### Tarjeta de presentación



**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa



## Anexo #7

Subvenir del circuito:



**Fuente:** Elaborada por los investigadores, estudiantes de V año de Mercadotecnia de la UNAM-FAREM Matagalpa.

