



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

TESIS DE GRADO

Análisis de la planificación para la gestión turística y sostenible en
la finca La Casona, Venecia, Condega año 2025

Chavarría, A; Olivas J.

Asesor/Tutora

MSc. Moreno López Arelis Esmeralda

RECINTO UNIVERSITARIO REGIONAL DE ESTELI

¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Centro Universitario Regional de Estelí

CUR-ESTELI

Recinto Universitario "Leonel Rugama"

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Análisis de la planificación para la gestión turística y sostenible en la finca La Casona, Venecia, Condega año 2025

Seminario de graduación para
optar al grado

Licenciadas en Administración Turística y Hotelera

Autor/es

Ángeles Ibeth, Chavarría Espinoza

Jennifer Liseth, Olivas Larios

Tutora

MSc. Arelis Esmeralda Moreno López

21 de noviembre 2025



Carta aval de la empresa o institución

Estelí, 12 de noviembre de 2025

Dirigido a:

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

Centro Universitario Regional de Estelí (UNAN-Managua / CUR-Estelí)

CARTA DE CONSENTIMIENTO

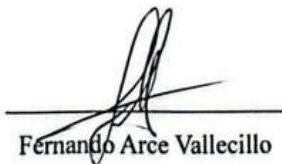
Por este medio, yo, Fernando Arce Vallecillo, en mi calidad de propietario de la empresa Finca La Casona, autorizo la realización del estudio de investigación titulado Análisis de la planificación para la gestión turística y sostenible en finca "La Casona", Venecia, Condega 2025, que será desarrollado por los estudiantes Ángeles Ibeth Chavarría Espinoza con número de carné 21501127, Jennifer Lisseth Olivas Larios con número de carné 21513337, pertenecientes a la carrera de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera de la UNAN-Managua, CUR-Estelí.

Dicha investigación tiene fines exclusivamente académicos y constituye un requisito para optar al título profesional correspondiente. En este sentido, declaro que la información interna proporcionada es veraz y autorizo expresamente la revelación de información relacionada con las operaciones y datos pertinentes de la empresa Finca La Casona, los cuales serán utilizados únicamente para fines académicos y científicos dentro del marco del estudio.

Asimismo, eximo de toda responsabilidad a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua / CUR-Estelí) respecto al manejo, interpretación y publicación de los resultados del trabajo de investigación.

Sin más que agregar, suscribo la presente en la ciudad de Estelí, a los doce días del mes de noviembre del año dos mil veinticinco.

Atentamente,



Propietario de Finca La Casona

505 7732 6603

arcefernado468@gmail.com

Dedicatoria

“Con un profundo sentido de gratitud, esta tesis está dedicada ante todo a Dios, por otorgarme la fortaleza, el conocimiento y la perseverancia que me permitieron alcanzar este logro académico, resultado de años de dedicación y esfuerzo.

A mis padres, Monico Olivas y Mayra Larios, quienes, con su amor, entrega y sacrificios, se han convertido en mi mayor ejemplo y mi inspiración también dedico este trabajo a mi hermano, Jhosep Olivas, por su apoyo incondicional, sus palabras motivadoras y la confianza constante que me han brindado. También quiero dedicarlo a todas aquellas personas que de diversas maneras me ofrecieron aliento, consejos útiles y gestos de apoyo que me hicieron continuar en este trayecto.

De manera muy especial, dedico mi trabajo de tesis a mi querida mita Julia, quien ya no se encuentra físicamente con nosotros, pero cuyo recuerdo, amor y enseñanzas han sido una guía en mi vida. Este éxito también le pertenece a ella y se lo dedico con todo mi amor.”

Jennifer Olivas

“Esta tesis la dedico a ti mi Dios amado, que iluminas mi camino y me das sabiduría, por darme las fuerzas en momentos de debilidad, sin tu presencia y tu amor, este sueño no sería posible.

A mis padres, pilares fundamentales de mi vida, quienes con entrega, apoyo y paciencia me han motivado a alcanzar mis metas. Gracias por cuidarme y acompañarme cada paso de este logro, que, aunque lleve mi nombre, es también suyo, los amo con todo mi ser.

A mis hermanos, en especial mi hermano Axel, gracias por tu apoyo incondicional, por siempre confiar en mí, por hacerme sentir lo orgulloso que estás de mí y motivarme a seguir adelante y ver más allá, este logro también es tuyo.

A mis queridos amigos, por siempre estar a mi lado, por hacer este camino más ligero y feliz, por acompañarme, incluso en la distancia y por ser en mi vida ese lugar lleno de amor y experiencias inolvidables.

Finalmente, quiero dedicar de manera especial a mis seres queridos que físicamente ya no están en este mundo, pero su amor y su recuerdo, me acompañan cada día de mi vida.”

Ángeles Chavarría

Agradecimientos

“Agradezco infinitamente a Dios, por darme la fortaleza, la salud y la sabiduría necesarias para culminar esta etapa importante de mi vida, solo el sabe todo lo que tuve que enfrentar para llegar hasta este momento

A mi familia, por su apoyo incondicional, paciencia y motivación constante en cada momento de este proceso, por ayudarme en todo lo que podían, por nunca dejarme sola y luchar conmigo en todo momento, recordándome que siempre podre con todo y que ellos siempre estarán ahí para mí.

A mis docentes, quienes contribuyeron con sus conocimientos, experiencias y palabras de aliento, compromiso y orientación académica que enriquecieron este trabajo de investigación.

También doy gracias a mis amigas de la universidad, por hacer de estos 5 años una experiencia maravillosa y llena de risa y mucho amor, también a los amigos fuera de ella, que siempre estuvieron para mí y que aun a la distancia me mostraron su apoyo y cariño, recordándome que siempre poder contar con ellos”

Ángeles Chavarría

“Este trabajo no solo refleja el resultado de mi esfuerzo y compromiso personal, sino que también es un testimonio del valioso apoyo de quienes me rodean.

Estoy enormemente agradecida con Dios por la vida, por la salud y la fortaleza que me ha dado en este camino para llegar hasta aquí, a mis padres quienes han sido las bases de mi desarrollo, inculcándome valores, confianza y apoyo sin límites en todos los momentos difíciles, a mi hermano por ser una fuente continua de motivación, recordándome que cada objetivo se puede lograr con determinación y esfuerzo.

También doy gracias a mis familiares, amigos y especialmente a mis amigas de la universidad que siempre han estado para apoyarme, a todas las personas que con sus palabras alentadoras y compañía sincera o ayuda en los momentos complicados hicieron que este proceso fuera más llevadero. A cada uno de ustedes, les agradezco por ser parte fundamental de este logro.”

Jennifer Olivas

Carta Aval



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DE ESTELÍ

“2025: Eficiencia y Calidad para seguir en Victorias”

Estelí, 21 noviembre 2025

CONSTANCIA

Por este medio estoy manifestando que la investigación: Análisis de la planificación para la gestión turística y sostenible en la finca La Casona, Venecia, Condega año 2025, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera. Los autores de este trabajo son las estudiantes: Ángeles Ibeth Chavarría Espinoza 21501127, Jennifer Lisseth Olivas Laríos 21513337; y fue realizado en el II semestre de 2025, en el marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que contempla un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que este estudio será de mucha utilidad para la finca La Casona, la comunidad estudiantil y las personas interesadas en esta temática.

Atentamente,

Arché E. Moreno López

<https://orcid.org/0000-0001-9818-6015>

CUR-Estelí, UNAN-Managua

Cc/Archivo

¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!

Barrio 14 de abril, contiguo a la subestación de ENEL, Tel 27137734, Ext 7430

Cod. Postal 49 – Estelí, Nicaragua

dets.curcestelo@unan.edu.ni

Resumen

La presente investigación se realizó en Finca "La Casona" ubicada en la comunidad de Venecia, Condega. Esta investigación tiene como objetivo general es analizar la planificación para la gestión turística y sostenible de la finca. A su vez, el estudio tiene un enfoque cualitativo, consta de un marco teórico, que sustenta el tema de investigación, a través de una revisión bibliográfica, que serán de ayuda para dar solución a la problemática identificada. Asimismo, los instrumentos de recolección de datos aplicados fueron guías de observación, tanto a finca La Casona, como a otra iniciativa turística llamada La casita de Don Cesar, de igual manera las entrevistas a ambos propietarios y al promotor del turismo de la alcaldía de Condega. Entre los hallazgos mas relevantes podemos destacar la falta de una infraestructura adecuada, una promoción poco eficiente y desactualizada, a pesar de estas debilidades, se pudieron evidenciar oportunidades que al combinarse con un plan de acciones estratégicas contribuirá al desarrollo de la finca, a través de las diferentes estrategias y posicionándolos como un destino emergente dentro del turismo en Nicaragua, capaz de captar la atención de visitantes tanto nacionales como internacionales que buscan experiencias auténticas y sostenible. Este trabajo no solo apoyará el desarrollo de la finca "La Casona", sino que también beneficiará a la comunidad local al crear oportunidades de empleo, dinamizar la economía y realzar la identidad cultural de la región. Es así que mediante la implementación de acciones estratégicas en cuanto a la planificación y sostenibilidad finca La Casona tendrá un mejor desarrollo turístico. Por lo tanto, el plan de acción propuesto orienta estrategias clave hacia la sostenibilidad, la mejora de la infraestructura, servicios y la promoción responsable. Su implementación permitirá optimizar la gestión turística, fortalecer la identidad rural del destino, contribuyendo al desarrollo económico y ambiental.

Palabras claves: Desarrollo turístico, estrategias, plan de acciones, marketing.

Abstract

This research was conducted at Finca "La Casona," located in the community of Venecia, Condega. The general objective of this research is to analyze the planning for the sustainable tourism management of the farm. The study employs a qualitative approach, consisting of a theoretical framework that supports the research topic through a literature review, which will help address the identified problems. The data collection instruments used were observation guides, both at Finca La Casona and at another tourism initiative called La Casita de Don Cesar. Interviews were also conducted with both owners and the tourism promoter from the Condega municipality. Among the most relevant findings are the lack of adequate infrastructure and inefficient and outdated promotion. Despite these weaknesses, opportunities were identified that, when combined with a strategic action plan, will contribute to the development of the farm through various strategies, positioning it as an emerging tourism destination in Nicaragua, capable of attracting the attention of both national and international visitors seeking authentic and sustainable experiences. This project will not only support the development of the "La Casona" estate but will also benefit the local community by creating employment opportunities, boosting the economy, and enhancing the region's cultural identity. Through the implementation of strategic actions focused on planning and sustainability, the La Casona estate will experience improved tourism development. Therefore, the proposed action plan outlines key strategies for sustainability, infrastructure improvement, enhanced services, and responsible promotion. Its implementation will optimize tourism management, strengthen the rural identity of the destination, and contribute to economic and environmental development.

Keywords: Tourism development, strategies, action plan, marketing.

Lista de acrónimos

Siglas	Significado
UNAN	Universidad autónoma de Nicaragua
CUR	Centro universitario regional
OMT	Organización mundial del turismo
ODS	Objetivos de desarrollo sostenible
ONU	Organización de las naciones unidas
PIB	Producto interno bruto
PNLCP-DH.	Plan nacional de lucha contra la pobreza y para el desarrollo humano
GRUN	Gobierno de reconciliación y unidad nacional
INTUR	Instituto nicaragüense de turismo
TRS	Turismo rural sostenible
ONG	Organización no gubernamental
UNESCO	Organización de las naciones unidas para la educación, la ciencia y la cultura
CDB	Convenio sobre la diversidad biológica
FODA	Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

Índice

1. Introducción.....	1
2. Antecedentes.....	4
3. Planteamiento del problema	7
3.1. Caracterización general del problema.....	7
3.2. Preguntas de investigación.....	9
4. Justificación.....	10
5. Objetivos.....	14
5.1. Objetivo General.....	14
5.2. Objetivos Específicos.....	14
6. Fundamentación teórica.....	15
6.1. Turismo rural	15
6.1.1. Concepto	15
6.1.2. Surgimiento.....	15
6.1.3. Principios del turismo rural.....	16
6.1.4. El turismo rural en Venecia.....	17
6.1.5. Importancia del turismo rural.....	17
6.1.6. Beneficios económicos, sociales, culturales y ambientales a nivel local.	20
6.1.7. Infraestructura, Servicios y Promoción en el Turismo Rural.....	21
6.1.8. Concepto de infraestructura turística	21
6.1.9. Estado de las instalaciones: su impacto en la percepción del destino.....	21
6.1.10. Accesibilidad vial: principio de conectividad para el turismo rural	22
6.1.11. Concepto de servicio turístico.....	24
6.1.12. Principios de calidad en la prestación de servicios turísticos	25
6.1.13. Importancia de la variedad de actividades para atraer distintos perfiles de turista	27
6.2. Factores que Inciden en el Desarrollo Turístico	27
6.2.1. Concepto	27
6.2.2. Factores	28
6.2.3. Objetivo y lineamientos del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza	30
6.3. Estrategias de Marketing para el Posicionamiento de Destinos Turísticos.....	33
6.3.1. Concepto de promoción turística	33
6.3.2. Concepto estrategias de Marketing.....	34
6.3.3. Posicionamiento en turismo.....	36

6.3.4.	Principios del marketing turístico	37
6.3.5.	Importancia de la presencia en plataformas digitales	38
6.4.	Gestión Turística Integral para el Desarrollo Sostenible	39
6.4.1.	Planificación Estratégica en Turismo	39
6.4.3.	Importancia de las estrategias de planificación turística para el éxito sostenible.....	41
6.4.4.	Estrategia Nacional de Educación Bendiciones y Victorias	43
6.4.5.	Incorporación de prácticas sostenibles en la actividad turística	44
6.4.6.	Capacitación y Participación Comunitaria.....	44
6.4.7.	Concepto de capacitación turística.....	44
6.4.8.	Importancia de contar con recursos humanos capacitados	46
6.4.9.	Principios de Sostenibilidad en la Gestión Turística.....	48
6.4.10.	Dimensiones de la sostenibilidad: económica, social y ambiental	48
6.4.11.	Aplicación de principios sostenibles en la planificación de turismo rural.....	49
7.	Supuesto de investigación	51
8.	Operacionalización de variables y/o matriz de categorías.....	52
9.	Diseño Metodológico	57
9.1.	Tipo de investigación	57
9.2.	Área de estudio	58
	Área de conocimiento.....	58
	Área geográfica: caracterización de la comunidad de Venecia, Condega.....	59
9.3.	Población y muestra / Sujetos participantes.....	61
9.4.	Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos	62
9.5.	Etapas de la investigación.....	63
10.	Análisis y discusión de resultados	65
10.1.	Objetivo I: Identificar la situación actual del turismo y la sostenibilidad en finca La Casona, considerando su infraestructura, servicios y promoción	66
10.2.	Objetivo II: Detallar los principales desafíos y oportunidades que afectan el desarrollo turístico en la finca.	82
10.3.	Objetivo III: Proponer un plan de acciones estratégicas para la gestión turística y sostenible en finca La Casona	92
11.	Conclusiones	101
12.	Recomendaciones	102
13.	Bibliografía	103

14.	Anexos	112
-----	--------------	-----

Índice de tablas

Tabla 1: Resumen de resultado: Situación actual de finca La Casona.....	80
Tabla 2: Matriz de análisis FODA.....	86
Tabla 3: Plan de acciones estratégicas	99

1. Introducción

El turismo sostenible se ha convertido en una estrategia clave para el desarrollo económico y social de muchas comunidades rurales.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo sostenible como: "un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen"(OMT, 1993 citado por Troncoso, 1999, p. 2).

Es decir que desde la perspectiva de las actividades turísticas es importante resaltar el interés de los emprendedores y gobiernos locales en las fincas agroecológicas y ecológicas por su gran potencial, siendo así vistas como una alternativa para diversificar la economía y mejorar la calidad de vida de los habitantes. Sin embargo, la falta de una planificación bien estructurada y estrategias adecuadas, pueden impedir el crecimiento de estas nuevas ideas y afectar su viabilidad a largo plazo.

Visto de esa manera Finca “La Casona” ubicada en la comunidad de Venecia, Condega, representa una oportunidad para impulsar tanto el turismo rural, como ecológico en la región, aun así, su desarrollo turístico precisa de una planificación estratégica que garantice la sostenibilidad del negocio, de igual forma conservando el entorno natural y generando así beneficios económicos para la comunidad.

Así mismo la comunidad de Venecia cuenta con una ubicación estratégica, e igual, posee una gran riqueza natural, lo que es favorable para la creación de un destino turístico enfocado en el turismo de aventura y el ecoturismo. La diversidad de recursos naturales que posee la comunidad como lo son cafetales, senderos, áreas boscosas y biodiversidad, proporciona un ambiente ideal para desarrollar actividades como el canopy, senderismo y observación de flora y fauna.

Es así como esta investigación contribuye a la consolidación del turismo rural como una alternativa viable, para la diversificación de la economía y el desarrollo social de la comunidad. De esta manera la investigación no solo tiene un impacto local, sino, que puede ser un referente a nivel nacional e internacional en el área de turismo rural sostenible.

La planificación estratégica del turismo en la comunidad de Venecia, llega a tener un efecto multiplicador de beneficios, tanto económicos, sociales y ambientales. De igual manera refuerza el crecimiento económico de los negocios locales, la creación de empleos, el fortalecimiento de la cultura y la conservación de la naturaleza. Estos posicionan a Venecia como un destino turístico emergente en Nicaragua, creando así un modelo de desarrollo sostenible y equilibrado tanto, para la comunidad y para Finca “La Casona”.

Para ello, se emplea un enfoque cualitativo, que incluye entrevistas con personas claves, guías de observación y una matriz de análisis FODA. Los resultados obtenidos permitieron generar una propuesta viable, que contribuirá a la consolidación de la Finca como un destino turístico sostenible.

La estructura de esta investigación consta de una introducción la cual lleva a colación el tema de análisis de la planificación para la gestión turística y sostenible, además de enfocar el problema que aqueja a la finca, que es la falta de planificación y como la implementación de estas podría lograr resultados excelentes en el crecimiento del sector turismo y aumentar sus ingresos económicos.

Seguidamente se definen los objetivos generales y específicos los cuales son la guía para realizar el trabajo, el marco teórico que contiene los diferentes puntos de vista científicos de los autores consultados de las diferentes variables a estudiar, seguido de las preguntas directrices las cuales requieren de respuestas para completar la investigación, posteriormente se observa la operacionalización de variables la que contiene las diferentes técnicas aplicadas para culminar la investigación.

Luego se encuentra el diseño metodológico donde se describe el alcance del tema objeto de la investigación la cual es considerada cualitativa y de corte transversal por su desarrollo, a continuación, se presenta el análisis de los resultados donde estará el plan de acciones estratégicas para la gestión turística y sostenible que ayudará a resolver la problemática que se enfrenta, asimismo se tiene una bibliografía donde está la referencia de la literatura consultada.

El objetivo general de esta investigación es analizar la planificación para la gestión turística y sostenible de Finca “La Casona” en el segundo semestre del 2025. Así mismo, se busca identificar los recursos y atractivos turísticos disponibles en la finca, de igual manera, detallar las

oportunidades y desafíos que pueda enfrentar el proyecto, y así proponer un plan de acciones estratégicas para la gestión turística sostenible.

2. Antecedentes

Para la elaboración de este estudio se realizaron consultas previas a diversas tesis relacionadas al tema de investigación. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

Antecedentes Internacionales

Cómo primera tesis encontrada tenemos a Grethel María Mejía Chacón, con la Propuesta de un modelo de gestión turística sostenible para el destino La Esperanza e Intibucá, de la Universidad Nacional de La Plata, su objetivo es proponer modelo de Gestión Turística Sostenible. Al evaluar los resultados en conjunto con los planes y programas relacionados con la actividad que ejecutan los Gobiernos locales de ambos municipios, se llegó a la conclusión que el destino puede crecer en materia turística con la puesta en marcha del Modelo de Gestión Turística Sostenible y una óptima dirección por parte de los Gobiernos Locales y los actores involucrados (Mejía Chacón, 2021).

Como segunda tesis, tenemos a Elda Giselle Sánchez Peralta, en su trabajo Estrategias prioritarias para el desarrollo turístico en Santa Elena, Yucatán, con bases en sus fortalezas socioeconómicas, del Instituto Tecnológico de Mérida, su principal objetivo es analizar y encontrar estrategias que puedan implementar en Santa Elena, municipio que alberga uno de los sitios arqueológicos más sobresalientes de Yucatán: Uxmal. Fue a través de las entrevistas a los diferentes actores claves que se permitió formular estrategias y establecer un orden que permitan aprovechar los recursos con los que cuenta el municipio. Es así que, con los atractivos identificados, actividades complementarias y una buena organización, Santa Elena podría tener un producto turístico de calidad que beneficie de manera integral a los tres actores (Gisselle, 2022).

Cómo tercera tesis tenemos de la Universidad Externado de Colombia, Diseño de estrategias de planificación para el desarrollo turístico sostenible en el municipio de Coveñas presentada por Karen Isabela Gómez González, el cual su objetivo principal es diseñar un plan estratégico de sostenibilidad turística. Ya que en Coveñas no tiene una institucionalidad, ni planificación consistente. Para esta investigación se realizó una entrevista con la secretaria de turismo del municipio, la cual brindó información relevante sobre los principales elementos de la actividad turística en Coveñas. A través de esta información, se dio paso a la formulación de estrategias de planificación, que ayuden a impulsar la implementación de las normas técnicas, a fomentar la inversión y capacitación turística (Gómez, 2021).

Antecedentes Nacionales

A nivel nacional se encontró la tesis de la Universidad Nacional Agraria, Estrategias de desarrollo turístico participativo, municipio San Juan de Nicaragua, departamento Río San Juan, decenio 2022-2032, presentada por Joseling Massiel Luna Jiménez, se tiene como objetivo diseñar estrategias de desarrollo turístico participativo en el municipio de San Juan de Nicaragua, para fomentar planes y proyectos de desarrollo que mejoren las condiciones de vida de los pobladores y contribuyan al crecimiento socioeconómico del municipio. Se definieron siete ejes estratégicos de desarrollo turísticos los cuales suman 47 resultados propuestos los que servirán de bases para la creación de políticas públicas e inversión de desarrollo para el municipio. Dando así, una respuesta a las áreas críticas y vulnerables identificadas, que estarán bajo la responsabilidad de las personas involucradas en el desarrollo turístico del municipio, tanto de forma directa o indirectamente para lograr los resultados esperados (Jiménez, 2022).

De igual forma Alvarenga Velásquez Zeidy Julibeth en su investigación Estrategias de desarrollo turístico para el Geosítio Laguna La Bruja municipio de Las Sabanas departamento de Madriz durante el segundo semestre del 2022, de la UNAN-Managua, Farem Estelí, tiene como objetivo principal identificar el potencial turístico con el que cuenta el Geosítio Laguna La Bruja y sus atractivos. Se aplicaron los instrumentos para recolección de información como la observación, la encuesta y entrevistas dirigidas a actores claves seleccionados. Los resultados apuntan que el sitio tiene indicio para ser aprovechado turísticamente, ya que este posee escenarios naturales únicos, concluyendo que la investigación será de gran aporte turístico para la comunidad, haciendo que el sitio luzca más llamativo, demostrando así a los pobladores en general que el turismo es una nueva forma de ingresos económicos para sustentar el bien de las familias (Julibeth, 2022).

A nivel local no se encontró ningún antecedente en la zona o basado en este tema, pero se tomó de referencia una tesis semejante a nuestro tema de investigación.

De la universidad UNAN-Managua, Farem Estelí, Narváez Zamora Luz Marina y Olivas Yorling Ariana, presentan su tesis titulada Evaluación de estrategias turísticas para el Centro Recreativo Kajoma de la Comunidad de San Pedro Estelí, II semestre 2020. Que tiene como objetivo principal la evaluación de estrategias turísticas para el Centro Recreativo Kajoma de la Comunidad de San Pedro Estelí. Para la recolección de datos se aplicaron diferentes técnicas como son entrevistas y encuestas, los resultados apuntan la pequeña desventaja que tienen en cuanto al mantenimiento ya

que puede ser ocasionado por falta del personal. Lo que dio paso a la creación de estrategias turísticas para lograr ver el crecimiento y mejora en el Centro Recreativo KAJOMA, haciendo que obtenga el mayor alcance de aprovechamiento, con el fin de lograr ganancias e inversión en la infraestructura y todo su complejo turístico, para el funcionamiento del propio centro (Narváez & Olivas, 2021).

Es clave recalcar que estos antecedentes son de gran importancia para la investigación porque permiten identificar enfoques que pueden ser adaptados a la realidad de finca La Casona, en Venecia, Condega, facilitando así la formulación de estrategias para su desarrollo turístico. Además, que cada uno resalta la importancia de la participación de los actores locales, la planificación adecuada y la sostenibilidad como factores para la consolidación del turismo en áreas rurales con potencial turístico.

3. Planteamiento del problema

3.1. Caracterización general del problema

En los últimos años, el turismo se ha convertido en un factor fundamental de desarrollo socioeconómico de los países, habiéndose otorgado a escala mundial, mucha importancia al desarrollo de distintas actividades relacionadas con el ocio y la recreación, con miras a satisfacer las crecientes e innovadoras demandas de los turistas (Gambarota & Lorda, 2017, p. 348).

Además, el turismo es una de las actividades más importantes para la economía del país, es un increíble generador de divisas y contribuye en gran manera a la dinamización de la economía nacional. Sin embargo, existen ciertos problemas que afectan directamente el desarrollo eficiente de este, como la falta de implementación de estrategias de planificación para el desarrollo turístico en los diferentes destinos de Nicaragua.

Asimismo, las tendencias en el turismo global han experimentado cambios importantes, en los últimos años, los viajeros buscan disfrutar de experiencias que involucren actividades en espacios rurales, en contacto con la naturaleza, hacer turismo de montaña que los lleve a vivir momentos intangibles como apreciar amaneceres en el campo o escuchar de los propios comunitarios la riqueza que se encuentra en sus mitos y leyendas (CSUCA, 2020, Párr. 1).

Sin duda este tipo de turismo de acuerdo con la OMT es un nuevo paradigma del concepto de desarrollo sostenible que persigue revalorizar los recursos naturales y culturales que posee cada rincón en el mundo.

"En Nicaragua, gracias a iniciativas de cooperativas y organizaciones rurales están intentando establecer su propio modelo de turismo mediante el aprovechamiento de las actividades económicas tradicionales, agregándoles valor con actividades de agroturismo, turismo de aventura, ecoturismo; entre otras." Con ello, sin duda se aporta al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y el desarrollo local." (CSUCA, 2020, Párr.2).

Es decir que con lo anteriormente expresado la comunidad de Venecia, en el municipio de Condega, Nicaragua, posee un alto potencial para el desarrollo del turismo debido a su riqueza natural y paisajística, así como a la posibilidad de ofrecer actividades de aventura como canopy, senderismo y ecoturismo. No obstante, la falta de estrategias de planificación ha limitado el

desarrollo del turismo donde se ubica la finca, impidiendo que se pueda aprovechar de manera efectiva este potencial y posicionarse de manera correcta en el mercado turístico.

Esto conlleva a pérdidas económicas y problemas de posicionamiento en la industria en comparación a la competencia, ya que la falta de estrategias de planificación convierte a la finca en una alternativa para fines de semana y días feriados, a pesar de contar con recursos naturales, ofrecer servicio de hospedaje, senderismo y recorridos por cafetales, tanto la finca, como la comunidad no logran posicionarse como un destino turístico, lo que limita las oportunidades económicas y de empleo para sus habitantes.

Si no se soluciona esta problemática de manera eficaz, podría traer serias consecuencias como la poca afluencia de turistas, dependencia de los ingresos ganados de temporadas altas y la clausura del negocio por la poca sostenibilidad, beneficiando de esta manera a la competencia.

Para este tema de investigación en específico nos lleva a plantear la siguiente problemática

¿De qué manera se puede analizar la planificación para la gestión turística y sostenible en Finca La Casona?

Dicha problemática trae consigo ciertos efectos negativos como la poca afluencia de turistas, ya que estos desconocen los servicios que se brindan en el lugar. Actualmente, la comunidad de Venecia enfrenta múltiples desafíos que dificultan el desarrollo turístico sostenible. Entre estos, se encuentra la carencia de infraestructura turística adecuada, la falta de servicios básicos para los visitantes (alojamiento, alimentación y recreación), el desconocimiento sobre estrategias de comercialización y promoción turística, y la ausencia de programas de capacitación para los pobladores en temas de atención al turista, emprendimiento y conservación ambiental.

De esta manera uno de los sitios con mayor potencial dentro de la comunidad de Venecia es Finca La Casona, un área de gran valor natural y paisajístico que podría convertirse en un atractivo turístico clave. En la actualidad la finca ofrece servicios de hospedaje, tour por cafetales, senderismo y observación de flora y fauna, pero hasta la fecha no se han implementado estrategias de planificación que permitan su desarrollo turístico sostenible. Sin una adecuada gestión, este sitio enfrenta el riesgo de deterioro ambiental, falta de aprovechamiento económico y exclusión de la comunidad en los beneficios del turismo.

Dado este panorama, surge la necesidad de diseñar un plan de acciones estratégicas para el desarrollo turístico y sostenible en la comunidad de Venecia, Condega, Nicaragua. La implementación de estrategias adecuadas permitiría no solo potenciar el turismo en la zona, sino también garantizar que su desarrollo sea sostenible, equitativo e inclusivo, beneficiando directamente a la población local.

Estas estrategias están enfocadas en la mejora de la infraestructura, en los servicios turísticos, el fortalecimiento de la identidad cultural, la promoción del destino y la conservación del medio ambiente.

De esta manera con la investigación se busca identificar la situación actual del turismo en la finca para detallar los principales desafíos y oportunidades para su desarrollo, y proponer un plan de acciones estratégicas efectivas que permitan consolidar el turismo como una actividad económica sostenible en la comunidad. Se espera contribuir al fortalecimiento del turismo rural en la zona, generando empleo y posicionar a Venecia y la finca como un destino emergente dentro del turismo de aventura y ecoturismo en Nicaragua

3.2. Preguntas de investigación

- **Pregunta general**

¿De qué manera se puede analizar la planificación para la gestión turística y sostenible en Finca La Casona?

- **Preguntas específicas**

1. ¿Cuál es la situación actual de la gestión turística en Finca La Casona en términos de infraestructura, servicios y promoción?
2. ¿Cuáles son los principales desafíos y oportunidades que influyen en el desarrollo turístico de la finca?
3. ¿Qué aspectos deben incluirse para la planificación estratégica de la gestión turística y sostenible en Finca La Casona?

4. Justificación

La preocupación más importante para un destino turístico debería ser la implementación de distintas estrategias de planificación para su buen desarrollo, ya que de estas depende su posicionamiento en la industria turística. La presente investigación tiene como objetivo analizar la planificación para la gestión turística y sostenible en Finca La Casona, brindando herramientas al propietario de la finca para el correcto desarrollo de su empresa, teniendo en cuenta que el turismo es una importante fuente de ingresos.

Según Arróliga y Zamora (2020, Párr. 1) El turismo rural comunitario es una alternativa social y económica al turismo tradicional. Se ha convertido en una estrategia clave para el desarrollo local sostenible, especialmente en comunidades con alto potencial natural y cultural.

Por lo tanto, la comunidad de Venecia, Condega, posee características que la hacen propicia para la implementación de estrategias de desarrollo turístico, lo que puede generar beneficios económicos, sociales y ambientales.

Esta investigación busca hacer un análisis sobre la planificación que permita optimizar el potencial turístico de la finca, promoviendo un desarrollo integral que beneficie tanto a la comunidad, como al entorno natural con el fin de potenciar su atractivo y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Su importancia radica en que con la implementación de un plan de acciones estratégicas turísticas y sostenibles adecuadas contribuirán a mejorar el nivel de vida de la población, pues el sector hotelero es uno de los más grandes generadores de empleo, ingresos y desarrollo económico. En esta investigación se evidencia la necesidad que existe para llevar a cabo acciones que conduzcan el desarrollo turístico de la empresa, mediante estrategias para el impulso y apoyo a los servicios turísticos y su promoción, pues se detectaron debilidades en ese ámbito.

Además, es importante agregar que esta investigación es crucial, ya que busca establecer un modelo de gestión que permita aprovechar los recursos disponibles sin comprometer su sostenibilidad, contribuyendo así al desarrollo económico, social y ambiental de la región. En Venecia, Condega, la economía local depende en gran medida de la agricultura, lo que hace necesario explorar alternativas económicas complementarias.

El turismo representa una oportunidad viable para generar ingresos adicionales y empleo, sin afectar negativamente el ecosistema local. La investigación permite analizar la planificación

adecuada para optimizar los recursos turísticos de La Casona, garantizando su aprovechamiento de manera sostenible.

El desarrollo turístico en finca La Casona no solo beneficia a los propietarios, sino también a los habitantes de Venecia y sus alrededores, ya que la implementación de estrategias turísticas bien diseñadas fomentará la creación de empleo en diferentes sectores, fortaleciendo así su identidad cultural y promoviendo la conservación del patrimonio natural y cultural.

El estudio es factible gracias a la existencia de recursos naturales y culturales adecuados para el turismo en finca La Casona. Además, se cuenta con acceso a información relevante, actores clave en el sector y la disposición del propietario para participar en el proceso de planificación. La viabilidad de la investigación radica en su enfoque práctico y en la adaptabilidad de las estrategias a las condiciones específicas de La Casona y su entorno. A nivel teórico, el estudio contribuye al conocimiento sobre planificación turística en zonas rurales, proporcionando herramientas y modelos que pueden ser replicados en otras comunidades con características similares.

La investigación enriquece el campo del turismo sostenible y comunitario en Nicaragua, fortaleciendo la literatura existente y sirviendo de referencia para futuras iniciativas.

Desde una perspectiva metodológica, la investigación desarrolla un enfoque cualitativo. Se emplean entrevistas, y guías de observación para evaluar la viabilidad del plan de acción. Además, se diseña un modelo de planificación turística adaptado a las condiciones específicas de finca La Casona, el cual puede servir como referencia para proyectos similares en otras comunidades rurales. Con esto es importante agregar que el presente estudio ayuda a resolver el problema de posicionamiento que tiene la finca por la mala implementación de estrategias para el desarrollo turísticos.

Este estudio es de utilidad para las empresas turísticas, pues podrán implementar las distintas estrategias de planificación para el correcto posicionamiento de su negocio, a los estudiantes, como guía o base para futuras investigaciones, así mismo resulta beneficiado el equipo de investigación, puesto que se ponen en práctica muchos de los conocimientos adquiridos. Además al centrarse en la planificación turística de La Casona, busca generar un impacto real y duradero en la comunidad, promoviendo el turismo como una herramienta de desarrollo sostenible, inclusión social y fortalecimiento económico.

La presente investigación está alineada con el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano desde el año 2022 hasta el 2026, uno de sus ejes fundamentales es la dinamización del sector turismo como motor de crecimiento económico y local, siendo este generador de empleo incluyendo siempre a la sociedad.

Por lo tanto, el estudio sobre La Casona contribuye directamente a este objetivo, al proponer estrategias para mejorar la infraestructura turística, la sostenibilidad ambiental y la promoción del turismo rural en la comunidad. Dichas acciones impulsan la participación local, fomentan la inclusión social y promueven prácticas económicas sostenibles, lo que se traduce en oportunidades de desarrollo y reducción de la pobreza en el ámbito rural.

Además, está vinculado con la estrategia de educación para el trabajo y el desarrollo de capacidades productivas, de esta manera fortaleciendo a los emprendedores, la formación técnica y la gestión sostenible de los recursos.

De igual manera se toman en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como lo son el (ODS 8) trabajo decente y crecimiento económico, con el objetivo de promover el crecimiento económico sostenible, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todo, en el contexto de esta investigación, se refleja en la generación de oportunidades laborales derivadas del fortalecimiento de la gestión turística en la finca. A su vez, la implementación de estrategias sostenibles permitirá dinamizar la economía local, fomentar el emprendimiento rural y garantizar condiciones laborales dignas para los miembros de la comunidad.

Del mismo modo, el (ODS 11) Ciudades y comunidades sostenibles, con el objetivo de lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles, la investigación se relaciona con este ODS al proponer estrategias que fomenten un turismo rural ordenado, respetuoso con el medio ambiente y con la identidad cultural del lugar. A través de la planificación turística, se pretende fortalecer la infraestructura local sin afectar el entorno natural, promoviendo un equilibrio entre el desarrollo económico y la conservación del patrimonio cultural y ambiental.

Asimismo, el (ODS 4) Educación de calidad, promoviendo un turismo que sea responsable contribuyendo a la calidad de vida de las comunidades rurales. A través de la educación ambiental

y la formación en buenas prácticas turísticas, se promueve el fortalecimiento de capacidades locales, el aprendizaje colectivo y la conciencia sobre la importancia de conservar los recursos naturales y culturales. De esta manera, la educación se convierte en una herramienta clave para consolidar un modelo de turismo responsable y sostenible en la finca.

Por lo tanto, con la investigación se busca intensificar el desarrollo económico, mediante una oferta turística que sea sostenible, diversificada y articulada mediante la participación de la comunidad, todo esto mediante el análisis de la planificación para el desarrollo turístico para finca La Casona ubicada en la comunidad de Venecia, Condega siendo la planificación estratégica nuestra herramienta clave.

5. Objetivos

5.1. Objetivo General

Analizar la planificación de la gestión turística y sostenible en la Finca La Casona, ubicada en la comunidad de Venecia, municipio de Condega, durante el II semestre del 2025.

5.2. Objetivos Específicos

1. Identificar la situación actual de la gestión turística y la sostenibilidad en la Finca La Casona, considerando su infraestructura, servicios y promoción.
2. Detallar los principales desafíos y oportunidades que afectan el desarrollo turístico en la finca.
3. Proponer un plan de acciones estratégicas para la gestión turística y sostenible en la Finca La Casona.

6. Fundamentación teórica

A continuación, se desglosa las teorías utilizadas para el sustento teórico de la investigación sobre el tema: “Análisis de planificación para la gestión turística y sostenible en finca La Casona Venecia, Condega, en el II semestre del 2025”. Investigación que tiene cuatro ejes fundamentales: desarrollo turístico, estrategia, planificación y el marketing.

6.1. Turismo rural

6.1.1. Concepto

El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, dijo: "El turismo ha demostrado ser un salvavidas para muchas comunidades rurales, pero su verdadera fuerza aún debe ser desplegada plenamente. Este Día Mundial del Turismo puso de relieve la capacidad única de nuestro sector para llegar a quienes de otro modo se quedarían atrás, ofreciendo oportunidades para todos, transformando vidas y protegiendo el patrimonio cultural que nos hace humanos". (ONU Turismo, 2020).

Por consiguiente, el turismo rural es una alternativa más del turismo, para aquellos que quieran vivir una nueva experiencia, que buscar desconectar del ajetreo de la ciudad y tener una conexión con la naturaleza. El turismo rural tiene un gran valor ya que lo que busca es dar a conocer la identidad de las comunidades, permitiendo describir y ser parte de actividades que reflejan la cultura, saberes y ritmos de vida de los lugares visitados.

6.1.2. Surgimiento

Es en el año 1965 cuando se produce el primer intento para tratar de buscar nuevas actividades que permitan a la población rural aumentar sus ingresos, y mejorar sus condiciones de vida aprovechando sus recursos naturales (Valdez Pineda & Beatriz Ochoa, 2015, p. 17).

Sin embargo, es en 1967 cuando puede hablarse de los primeros antecedentes del turismo rural en España. En dichos años, y gracias al programa de vacaciones en “casas de labranza” del ministerio de agricultura y el de información y turismo, se confecciona una guía para informar y divulgar las casas rurales y sus condiciones de utilización. A través de este programa se concedían subvenciones y créditos para la reforma y acontecimiento de habitaciones en las casas de aquellos residentes en el medio rural que se incorporan al programa.

No obstante, y a pesar de que consiguió aumentar el número de viviendas y de plazas destinadas, al turismo rural, el programa presentaba grandes deficiencias y limitaciones que se acentuaron en sus últimos años de vigencia.

El surgimiento del turismo rural según las actividades de planificación muestra la necesidad de que los servicios turísticos viajen fuera de las visitas familiares. En el contexto de la finca la Casona, esto significa que el plan de acción debe centrarse en el desarrollo de infraestructura apropiada, diversos servicios de viaje y mecanismos promocionales efectivos. Además, el origen del turismo rural como herramienta de desarrollo local aumenta la importancia de la conexión comunitaria y el uso de estrategias de recursos naturales y culturales para aumentar la economía rural.

6.1.3. Principios del turismo rural

Actualmente en Nicaragua, las iniciativas de turismo rural sostenible han sido desarrolladas por organizaciones como cooperativas, asociaciones, redes y organizaciones que practican el comanejo de áreas protegidas que invitan al turista a participar de modalidades como el turismo rural comunitario, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura como parte de su oferta

Entre los principios sobre los cuales se enfoca y desarrolla el Turismo Rural Sostenible, tenemos:

1. Promoción de la sostenibilidad de la oferta de calidad y segura basada en el rescate, la preservación y el respeto de los aspectos ambientales, culturales, sociales y económicos.
2. La búsqueda de soluciones que promuevan el bien común, partiendo de un enfoque incluyente que garantice la incorporación de la mayor cantidad de actores económicos y sociales de la comunidad y por lo tanto de una mayor distribución de los ingresos generados por el turismo.
3. La incorporación de jóvenes y mujeres, en espacios de toma de decisiones y participación activa que les genere un posicionamiento en el desarrollo del enfoque de turismo en condiciones dignas.
4. Contribución al desarrollo económico local, creando y posicionando una oferta de servicios desde la/os pequeña/os productores (as) y actores de la economía social, que poseen activos con potencial turístico pero que han estado excluidos de la oferta del sector (LEY DE TURISMO RURAL SOSTENIBLE DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA, 2014).

Los principios del turismo rural buscan promover una oferta turística segura, respetuosa con la naturaleza, la cultura, la economía, la sociedad y de igual forma, seguir siendo de calidad. Estos principios no solo garanticen que se beneficien las comunidades de manera equitativa, sino que también orientan el desarrollo de los diferentes destinos rurales. También fortalecen la economía local mediante la valorización de productos locales.

De igual forma las distintas iniciativas se han impulsado por diferentes organismos enfocados en promover el turismo rural comunitario. Esto demuestra que es posible integrar el turismo en las diferentes dinámicas locales, contribuyendo a generar oportunidades económicas y sociales, sin causar daño en la identidad de la zona.

6.1.4. El turismo rural en Venecia

En la comunidad Venecia se encuentra el Parque Ecológico Municipal Cerro Santa gallo, consta con un albergue que es administrado por la Cooperativa “Laureano Flores Cruz Multifuncional”, fundada en 1985 y actualmente está conformada por 133 miembros, que se dedican al cultivo del café, además cuenta con una plantación de 5,000 plantas de pino en cuatro hectáreas de terreno y un vivero con igual cantidad de plantas destinadas a la reforestación comunitaria, contribuyendo a la campaña nacional “Verde, que te Quiero Verde” (MARENA, 2025).

Este Parque Ecológico tiene una extensión de 8 mil hectáreas, este ofrece experiencias únicas de contacto con la naturaleza, incluyendo senderos históricos, avistamiento de aves y la posibilidad de disfrutar de la pesca artesanal en su laguna artificial. El parque cuenta con 250 manzanas de bosque conservado de la especie de pino, que sirven de refugio a mamíferos, aves y reptiles, aportando al equilibrio ecológico del ecosistema.

6.1.5. Importancia del turismo rural

El turismo rural representa una alternativa de desarrollo económico, social y cultural. Tiene grandes ventajas para una comunidad al ser una fuente generadora de empleos y de motivar a la población a conservar el medio ambiente, ya que el entorno natural es su sustento. En Nicaragua existen diferentes comunidades que están desarrollando modelos de turismo rural comunitario (ONU, 2025).

El turismo rural, al igual que el turismo de montaña, tiene un gran potencial para estimular el crecimiento de la economía local y el cambio social, por su complementariedad con otras

actividades económicas, su contribución al PIB y la creación de empleo y su capacidad de promover la dispersión de la demanda en el tiempo (lucha contra la estacionalidad) y a lo largo del territorio (Arróliga Montenegro & Zamora Jarquín, 2020).

El turismo es, sin lugar a duda, un fenómeno económico y social y una oportunidad de negocio de los tiempos modernos. Su rápido y continuo crecimiento ha hecho que se perciba como un medio efectivo para colaborar en el desarrollo económico de algunos medios rurales. El apoyo de los Gobiernos para el desarrollo turístico, en particular apoyo financiero, es vital, ya que sin ayudas económicas resulta muy complicado lograr el desarrollo económico de una zona rural.

En general, se asume que el turismo genera una serie de beneficios económicos, cuando se planifica y gestiona de tal modo que los impactos sociales y medioambientales sean mínimos, beneficios que contribuyen al crecimiento y desarrollo económico. El turismo rural, al igual que cualquier otra estrategia de desarrollo, requiere de una serie de factores para tener éxito, tales como la existencia de elementos de atracción (naturales, paisajísticos y monumentales), estrategias de promoción (comercialización de una zona rural y de sus atracciones turísticas), infraestructuras turísticas, servicios, y, sobre todo, una actitud positiva de acogida por parte de la población local.

Asimismo, el componente empresarial y su papel en el fomento de los factores mencionados son igualmente importantes porque de ello puede depender, en parte, el éxito del desarrollo turístico en un determinado lugar (Sebastián, 2019, p. 19).

Autores conciben el desarrollo local como “un proceso de crecimiento y cambio estructural que se produce como consecuencia de la transferencia de recursos de las actividades tradicionales a las modernas, de la utilización de economías externas y de la introducción de innovaciones, generando de esta manera un aumento del bienestar de la población de una determinada región”. De acuerdo con su definición de desarrollo local, una actividad moderna que puede reactivar la economía de una zona rural en declive o estancada en actividades primarias, es el turismo rural, que ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años, como consecuencia de los cambios en las formas de viajar (Barquero, 1999, p. 59).

Cada vez son más los turistas que visitan zonas rurales con la finalidad de conocer la cultura y costumbres de sus pueblos, intentando de esta manera adentrarse dentro de las características principales del ruralismo tales como la naturaleza, la arquitectura tradicional, la gastronomía típica,

las tradiciones, el folklore, las costumbres populares, el medio físico y las formas de vida tradicionales.

Hoy en día, la etapa de crecimiento en la que se encuentra y las enormes expectativas que ha despertado se pueden explicar mediante diferentes factores como son el continuo crecimiento de la oferta y de la demanda de este tipo de turismo, su mayor distribución geográfica, la diversificación de la tipología de los alojamientos (casas rurales, hospederías, hoteles rurales, etc.), la mayor presencia y fuerza de los empresarios de turismo rural y la constante mejora de las infraestructuras que apoyan este tipo de turismo (Sebastián, 2019).

El turismo rural es una alternativa importante para el desarrollo económico, social y cultural de comunidades rurales como lo donde se encuentra ubicada la finca La Casona, este tipo de turismo es de gran importancia para el desarrollo ya que a través de él se crean empleos locales, alienta a preservar el medio ambiente y ayudar a diversificar las fuentes de ingresos, también ayuda a complementar las actividades tradicionales como la agricultura y ganadería.

Figura 1 Elementos que conforman la articulación del turismo rural



Nota. Tomada de El turismo rural inteligente: Buenas prácticas en el proyecto europeo SMARTRURAL [Figura], por Martínez Puche, A., Lorente Saiz, A., Amat Montesinos, X., Ortiz Pérez, S., Cortés Samper, C., Larrosa Rocamora, J. A., & Sancho Carbonell, I., 2024, Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante (https://rua.ua.es/bitstream/10045/150524/5/Martinez-Puche_et_al_El-turismo-rural-inteligente_preprint.pdf).

En Nicaragua, el turismo rural se está desarrollando y puede estimular el crecimiento económico y social debido a la distribución de la riqueza para el beneficio en las zonas rurales, promover la economía local y minimizar la estacionalidad en temporadas de turismo.

6.1.6. Beneficios económicos, sociales, culturales y ambientales a nivel local.

El actual crecimiento del turismo rural ha influido en el crecimiento económico en numerosas comunidades rurales, generando empleo y fomentando el emprendimiento en sectores como la hostelería, la restauración y el comercio local. La demanda de este tipo de servicios de calidad en entornos rurales ha llevado a la creación de nuevos negocios y motivado la formación y el desarrollo de habilidades entre la población local. Además, el turismo rural promueve el comercio justo y la economía circular, dado que los visitantes suelen consumir productos y servicios locales, apoyando así a los productores y comerciantes de la zona (Parra, 2023, Párr. 3).

Asimismo, el turismo rural también tiene importantes beneficios sociales. Las comunidades rurales que participan en el turismo pueden reforzar su identidad cultural y mantener vivas sus tradiciones. Esto puede fortalecer el sentido de orgullo local y fomentar la cohesión social, ya que las comunidades trabajan juntas para promover sus recursos y atractivos turísticos (Idyd, 2024, Párr. 20).

Igualmente, el turismo rural brinda a los visitantes la oportunidad de conectarse con la naturaleza y disfrutar de la belleza y serenidad de paisajes vírgenes. Al mismo tiempo, promueve la conservación de ecosistemas y la adopción de prácticas turísticas sostenibles. Estas actividades no solo generan conciencia sobre la importancia de proteger el medio ambiente, sino que también aportan recursos económicos para la preservación de áreas naturales y el fomento de prácticas turísticas responsables (Parra, 2023, Párr. 10).

Con esto podemos entender que el turismo rural al desarrollarse en entornos seguros y culturalmente ricos ya que puede traer consigo muchos beneficios. Cómo es bien sabido el turismo rural ha sido una herramienta clave para poder dinamizar la economía en distintas zonas del país, siendo así una gran fuente de empleos, incentivando de igual forma a qué la comunidad emprenda en esta rama, de igual este promueve el consumo de los productos y servicios locales.

Por lo tanto, para finca “La Casona” se reconoce la importancia de los beneficios que trae consigo el turismo rural, considerando las condiciones de la finca actualmente, como una oportunidad para

para convertirse en un destino que genere un impacto positivo en la comunidad, brindando nuevas oportunidades de formación y participación en el sector turístico.

6.1.7. Infraestructura, Servicios y Promoción en el Turismo Rural

6.1.8. Concepto de infraestructura turística

La infraestructura turística es el conjunto de instalaciones físicas y dotación de bienes y servicios de un país o región destinada a atender visitantes extranjeros. Esta infraestructura permite la explotación comercial de destinos turísticos naturales o creados. Por consiguiente, una mayor y mejor infraestructura turística mejora la oferta turística y aumenta el atractivo de la región (Páez, 2020).

Las inversiones en infraestructura son fundamentales para mejorar la calidad de la experiencia turística. Esto incluye la construcción de hoteles, carreteras y servicios de transporte adecuados, que faciliten el acceso y confort de los visitantes.

El mantenimiento de la infraestructura turística es crucial para garantizar su funcionamiento eficaz. Esto incluye la renovación de instalaciones, la actualización de sistemas y la implementación de nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del visitante. Un buen mantenimiento no solo prolonga la vida útil de la infraestructura, sino que también optimiza la seguridad y la satisfacción del cliente. (Sánchez M. , 2024).

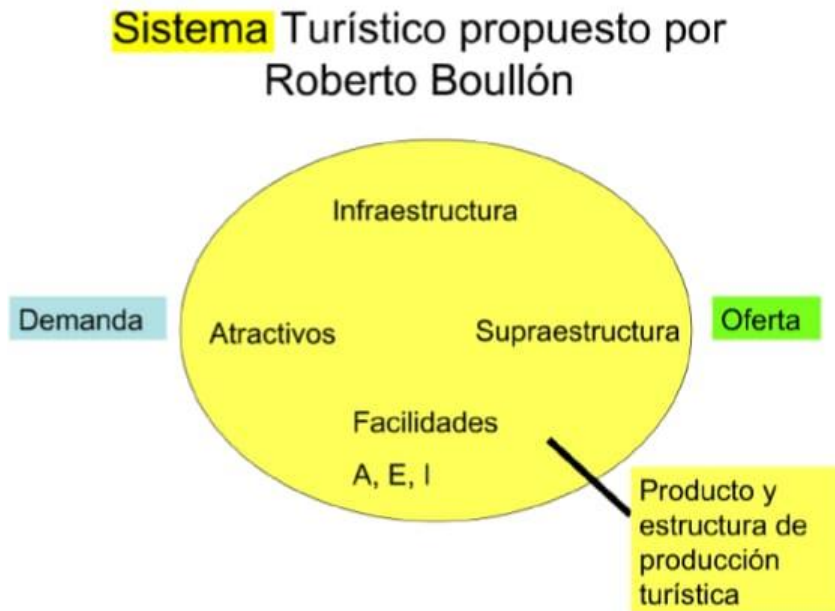
La infraestructura es un punto clave para el desarrollo de cualquier destino turístico, ya que tanto las instalaciones, servicio y equipamiento son de gran importancia a la hora de atender adecuadamente a los visitantes. La calidad de éstas influyen directamente con la experiencia del turista, y así mismo en la competitividad y sostenibilidad del negocio. Invertir en la accesibilidad, señalización, instalaciones y servicios básicos, son de gran ayuda a la hora de mejorar la imagen de la comunidad, generando beneficios directos al facilitar la movilidad y mejorar la calidad de vida, de igual forma ayuda con la oferta turística.

6.1.9. Estado de las instalaciones: su impacto en la percepción del destino

Aun cuando el desarrollo de la infraestructura se realice con una mirada netamente turística, este juega un rol ampliamente social que beneficia a los locales mejorando su calidad de vida. En este contexto la “accesibilidad” es un tema en el cual nuestra infraestructura muestra falencias y que

obviamente también se ven reflejadas en el sector. Por eso es importante considerar la infraestructura en todos los ámbitos para generar más oportunidades y más beneficios a los turistas y la sociedad en general (Fedetur, 2017, Párr. 3).

Figura 2 Sistema Boullón



Nota. Tomada de Antropoloia y turismo;Nuevas hordas, viejas culturas [figura] por A. Santana 1997. (<https://share.google/cp1oWdHpHz4GHfbe7>)

Para la comunidad de Venecia, la planificación de la infraestructura representa una gran oportunidad para impulsar su desarrollo turístico sostenible, esto no solo contribuirá a mejorar la experiencia del visitante, sino que también, fortalecerá y mejorará las condiciones de vida de los habitantes.

6.1.10. Accesibilidad vial: principio de conectividad para el turismo rural

Conectividad Vial se refiere a la manera en que la red de calles se interconecta entre sí y la frecuencia con que lo hacen, caracterizando la accesibilidad de una zona urbana y también mostrando la necesidad de movilidad que se da entre los puntos de origen y destino. Por lo que una ciudad con mayor conectividad vial genera distancias atractivas que pueden ser caminables, destinos directos, seguros y continuos (Cisneros, 2023).

En el caso de la producción agrícola u otras actividades económicas primarias localizadas en el ámbito rural o zonas periféricas, también requieren del acceso a la infraestructura para conectarse con sus mercados de destino de una forma eficiente y competitiva a nivel internacional, pudiéndose constituir su falta en un freno real al desarrollo rural (Pérez, 2020).

Figura 3 Sistema Leiper



Nota. Tomada de Antropoloia y turismo;Nuevas hordas, viejas culturas [figura] por A. Santana 1997. (<https://share.google/cp1oWdHpHz4GHfbe7>)

Cómo sabemos la conectividad vial, es una de las principales formas en que puede haber una conexión de un punto a otro, que es lo más indispensable para que la actividad turística pueda realizarse. En el contexto rural, es indispensable contar con vías transitables en toda época del año, ya que de esto depende su producción y el contacto con los diferentes mercados. Una buena conectividad facilita la movilidad de personas, bienes y servicios, fortaleciendo tanto los vínculos sociales, como los económicos dentro del territorio.

Sabemos que, en la comunidad de Venecia, es de gran importancia incorporar mejoras en su conectividad vial, ya que está no solo potenciará el atractivo de la zona, sino que también, contribuirá al bienestar de la comunidad y ayudará a la sostenibilidad del desarrollo rural.

Desde una perspectiva turística, para finca “La Casona”, mejorar su conectividad vial permite integrarse más a las rutas turísticas, haciéndola más visible y accesible a los visitantes, de esta forma se puede dar una mejora en el flujo de turistas y tener más oportunidades tanto para su desarrollo económico, como el de la comunidad.

6.1.11. Concepto de servicio turístico

El servicio turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan de forma armónica y coordinada con el objetivo de responder a las exigencias de los servicios planteadas por la composición socioeconómica de una determinada corriente turística. Este servicio está compuesto por un conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor.

Constituye una política de entidades turísticas en relación con la oferta y demanda, la preparación del producto turístico para la venta, la distribución de este, el comercio y la satisfacción óptima de las necesidades de un segmento determinado de consumidores (Cisneros Polanco & Talavera Ramos, 2017, p. 11).

Por otro lado, el servicio turístico principal de una empresa turística es la razón de su existencia, mientras que los servicios de valor agregado, son aquellos servicios libres de costo que acompañan al servicio principal y cuya función es incrementar el valor de los mismos. Finalmente, el servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. Es brindar cero preocupaciones al turista o al huésped.

Se debe tener sumo cuidado en no prestar un servicio turístico de manera incorrecta; ya que las consecuencias de un servicio turístico deficiente no se limitan a la pérdida de un turista, sino de varios dado que un turista insatisfecho cuenta su disgusto a por lo menos once turistas, mientras que un turista satisfecho lo menciona sólo a tres.

Por tanto, dependerá de la empresa turística recuperar la confianza y el posicionamiento de la empresa en la mente del turista, solo si éste está dispuesto a brindarle una segunda oportunidad. Esta vez, la empresa deberá actuar con mayor cuidado y asumiendo que la satisfacción de los turistas es lo más importante para el bienestar de la empresa turística (Sotomayor, 2014, p. 6).

La importancia y calidad de los servicios turísticos en la finca es una oportunidad y una tarea importante para su desarrollo, por un lado, la presencia de buenos servicios estructurados se ha integrado y adaptado a las necesidades de los huéspedes que mejoran la experiencia de viaje y aumentan la posición del destino, por otro lado, una mala prestación de servicios puede causar insatisfacción y dañar la imagen del lugar. Es por eso que es de gran importancia contar con una buena infraestructura turística y personal capacitado que permita brindar un servicio turístico

eficiente, de esta manera se contribuye a proponer un plan de acciones estratégicas para proporcionar una oferta turística competitiva, sostenible orientada a los turistas que visitan la finca.

6.1.12. Principios de calidad en la prestación de servicios turísticos

En cualquier industria, la calidad es una condición primordial para que esa actividad económica tenga un adecuado desarrollo. Sin embargo, cuando hablamos de la industria turística, la calidad adquiere una primerísima importancia y, de hecho, puede considerarse como la condición sin la cual un actor de ese sector no puede despuntar y distinguirse de los demás. ¿Por qué? Porque el turismo, ante todo, implica la prestación de un servicio.

En ese sentido, para que una empresa del sector turismo logre la calidad en sus servicios, es indispensable orientar todos los esfuerzos de la misma hacia la satisfacción del cliente, quien finalmente evalúa y decide si pagará por dicho servicio; es decir, la calidad se basa principalmente en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes (Redacción Blog, 2022, Párr. 1 al 5).

La calidad empieza desde el diseño. El producto debe adaptarse a los medios disponibles ofreciendo una garantía total al cliente.

Entre los principios de calidad de Ishikawa, algunos de los elementos clave de sus filosofías se resumen de esta manera:

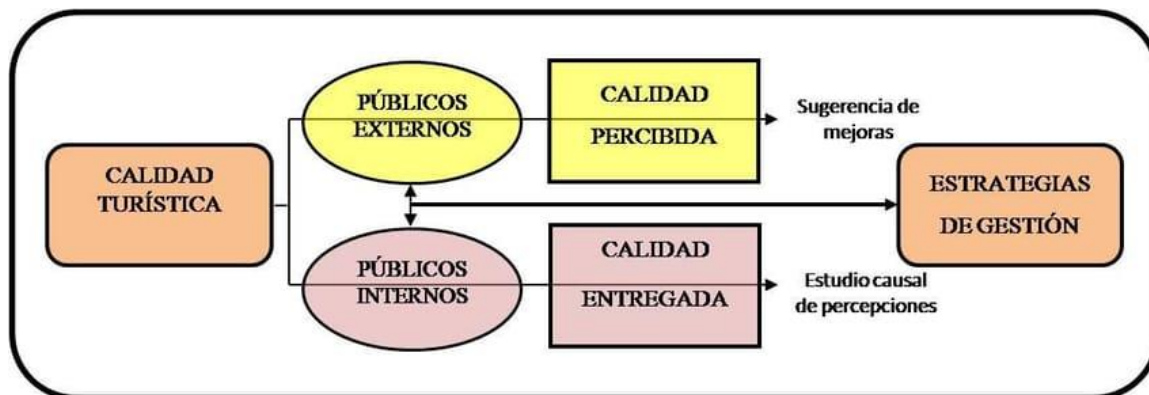
1. La calidad empieza con la educación y termina con la educación.
2. El primer paso en la calidad es conocer lo que el cliente requiere.
3. El estado ideal del control de calidad ocurre cuando ya no es necesaria la inspección.
4. Eliminar la causa de raíz y no los síntomas.
5. El control de calidad es responsabilidad de todos los trabajadores y en todas las áreas.
6. No confundir los medios con los objetivos.
7. Poner la calidad en primer término y poner las ganancias a largo plazo.
8. El comercio es la entrada y salida de la calidad.

9. La gerencia superior no debe mostrar enfado cuando sus subordinados les presenten hechos.
10. 95% de los problemas de una empresa se pueden resolver con simples herramientas de análisis y de solución de problemas.
11. Aquellos datos que no tengan información dispersa (es decir, variabilidad) son falsos acontecimientos (Mazariegos, 2013).

La evaluación de calidad al momento de proporcionar servicios turísticos en la finca permite identificar los aspectos principales de la situación actual, la calidad se refleja en el nivel de satisfacción de los visitantes, directamente dependiendo de la infraestructura, la atención, la promoción y los servicios adicionales. En este sentido, es necesario analizar si se responden o no los estándares mínimos (calidad obligatoria) y si hay diferentes elementos (calidad atractiva).

Además, la aplicación de principios como la mejora continua, la concentración del cliente y la gestión de procesos ayudará a detectar fallas estructurales o de gestión que puedan afectar la percepción del cliente, todo esto es muy importante para la creación de estrategias acorde a la realidad y que sean efectivas para mejorar la experiencia turística.

Figura 4 Enfoques básicos en la gestión de calidad turística



Nota. Tomada de Turismo para Agentes Emprendedores de negocios en PyMES [figura] por M. R. Gonzáles Herrera (2009) <https://share.google/dUI3a4Ailro8gYNPd>

6.1.13. Importancia de la variedad de actividades para atraer distintos perfiles de turista

Los servicios turísticos juegan un papel clave en el cumplimiento de las necesidades fundamentales de los viajeros, tales como hospedaje, comida, transporte y guías. Además, incluyen elementos complementarios que, aunque no son indispensables, como el entretenimiento turístico, son servicios muy solicitados que hacen que los lugares sean más atractivos y brinden razones para ser explorados (CEUPE. Párr.23).

La proyección de una buena imagen del destino turístico es clave para atraer a los turistas debido a la gran influencia que tiene sobre su comportamiento de compra. Muchas investigaciones han demostrado el vínculo que tienen la imagen del destino y la percepción que los individuos poseen sobre dicha imagen con la elección final de los turistas.

Comprender la importancia de ofrecer diferentes tipos de actividades permite evaluar si la finca casona tiene un segmento bastante diverso y atraer muchos tipos diferentes de turistas. Se debe analizar si la finca incluye los servicios básicos (hospedaje, alimentos, guías), sino también aquellos que aportan valor añadido y experiencias memorables, además de crear valor emocional e impresiones inolvidables. Todas estas actividades tienen que estar alineadas hacia la tendencia actual del turismo vivencial y emocional.

Este enfoque permite diagnosticar si lo que se está ofreciendo cumple con lo que demandan los distintos perfiles de turistas, lo cual contribuye para mejorar el posicionamiento estratégico, de igual manera, la evaluación de la imagen es de gran importancia debe estar proyectada en canales de publicidad (redes sociales, alianza local, boca a boca) todo esto determina su capacidad de atraer a los turistas en comparación a la competencia, todo esto es parte del análisis del estado actual de la finca y sirve como base para desarrollar las estrategias más efectivas y segmentadas.

6.2. Factores que Inciden en el Desarrollo Turístico

6.2.1. Concepto

El desarrollo turístico es la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir efectos asociados, tales como la creación de empleos o generación de ingresos (Pearce, 1988).

El concepto de desarrollo turístico fue introducido por primera vez en 1971 en la Conferencia sobre el Medio Humano, Estocolmo, Suecia, así se desarrollaron muchas reuniones mundiales, son los criterios de sostenibilidad a largo plazo, en lo ecológico, económico y equitativo desde la perspectiva de la ética y lo social para las comunidades, así mismo, es la respuesta a las necesidades del turismo actual, así como de las regiones receptoras, protegiendo y fomentando oportunidades futuras (Pereyra Gonzales et al., 2021, p. 73).

El desarrollo turístico, que se entiende como la mejora continua de las instalaciones y servicios para atender a los visitantes, ofrece varias oportunidades para la finca La Casona. Por un lado, esto facilita la actualización de su infraestructura, la diversificación de su oferta y su posicionamiento como un lugar atractivo; por otro lado, crea oportunidades para generar empleo, aumentar los ingresos de la zona y favorecer la economía de la comunidad de Venecia, Condega.

Sin embargo, este enfoque también destaca retos importantes, especialmente en relación a la necesidad de planificar un crecimiento turístico que sea sostenible a largo plazo. Esto significa no solo tener en cuenta la demanda actual, sino también prever las futuras necesidades del mercado, asegurar un uso responsable de los recursos naturales y preservar la identidad cultural del área. La sostenibilidad debe ser un concepto integral que abarque aspectos ecológicos, económicos y sociales.

La finca debe evitar un crecimiento desordenado que pueda perturbar el equilibrio del entorno o causar efectos negativos en la comunidad local. En cambio, tiene la posibilidad de convertirse en un modelo a seguir al incorporar criterios éticos y sostenibles en su planificación, fomentar la participación de la comunidad y proporcionar beneficios duraderos para las generaciones actuales y futuras.

En este contexto, una estrategia bien estructurada puede transformar el desarrollo turístico en un medio para mejorar la calidad de vida en la localidad, siempre que se logre armonizar la satisfacción del visitante, la conservación del medio ambiente y el empoderamiento de la comunidad anfitriona.

6.2.2. Factores

El desarrollo de un lugar se debe considerar no la afluencia turística de visitantes sino el bienestar generado por la actividad turística, es decir el número de óptimo de visitantes de acuerdo a los

recursos ambientales de la zona, la capacidad de la población local de organizar y orientar el desarrollo turístico y la definición de productos y servicios que se adapten a la cualificación de las necesidades de la población local, que ha de ser la máxima beneficiaria del proceso turístico, considerando además los intereses de generaciones futuras (Viñals, 2002, p. 85).

Sin embargo, existen condicionantes, a considerar, las cuales permiten el desarrollo turístico, siendo las siguientes: (Viñals, 2002, p. 134)

- Infraestructuras y servicios generales: accesibilidad, tráfico, transporte público, abastecimiento de agua, limpieza y recogida de basuras, alumbrado público, asistencia sanitaria, seguridad ciudadana, etc.
- Aspectos relacionados con el medio ambiente: saturación del destino, conservación medioambiental del entorno, contaminación acústica, etc.
- Equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos, áreas recreativas, oferta comercial, oferta cultural, y de ocio, profesionalidad de los trabajadores del sector turístico y gestión turística.

Para lo cual la OMT en el año 2004 publicó una guía de indicadores para evaluar el desarrollo sustentable de un lugar (TURyDES, 2012, Párr. 12 al 20).

- Grado de satisfacción local con el turismo
- Efectos del turismo en las comunidades locales.
- Grado de satisfacción de los turistas.
- Estacionalidad del turismo
- Empleo local
- Gestión de la energía
- Disponibilidad y conservación del agua
- Calidad del agua potable
- Tratamiento de residuos (gestión de aguas residuales)
- Gestión de residuos sólidos (basura)
- Nivel de desarrollo turístico
- Grado de intensidad de uso

El crecimiento del turismo en la finca La Casona no debería medirse solo por el número de visitantes, sino también por el efecto positivo o negativo que esta actividad tiene sobre el entorno natural, la economía de la zona y la calidad de vida de los habitantes locales. Desde esta óptica, uno de los retos fundamentales es garantizar que la infraestructura (como las rutas de acceso, el suministro de agua, la energía, el manejo de residuos y la seguridad) esté en condiciones adecuadas para apoyar un turismo que no comprometa los recursos existentes. También es un desafío la capacidad del entorno para recibir turistas sin causar problemas de sobrecarga ambiental o desequilibrios sociales.

Por otro lado, hay oportunidades evidentes que se pueden fortalecer, como el desarrollo de instalaciones recreativas y culturales, la profesionalización de los servicios turísticos y la participación de la comunidad local como un elemento esencial para un desarrollo sostenible. La finca tiene el potencial de convertirse en un ejemplo de conservación ambiental y valorización del patrimonio local si estos aspectos se consideran en su planificación.

La adopción de indicadores propuestos por la OMT, tales como la satisfacción de los turistas y de la comunidad local, el empleo generado, la estacionalidad y la gestión de los recursos naturales, ofrece herramientas útiles para identificar con mayor claridad las áreas que requieren mejoras y consolidación. Estos aspectos permiten una clasificación objetiva tanto de los retos estructurales que enfrenta el desarrollo turístico de la finca como de las oportunidades estratégicas que se pueden aprovechar para una gestión más sostenible y competitiva del destino.

6.2.3. Objetivo y lineamientos del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza

Estrategias para el impulso del turismo rural en Nicaragua

Aunque no se dispone de registros detallados ni estudios específicos sobre la demanda de turismo rural, la caracterización del turismo receptor proporciona una visión general de las estrategias necesarias para fomentar el turismo rural. Esto se realiza considerando la Estrategia Nacional de Desarrollo del PNLCP-DH.

En relación con las características del turismo receptor, el turismo rural posee un gran potencial al ofrecer actividades al aire libre que permiten el disfrute de la naturaleza. Una de las ventajas inherentes es que no se requiere una inversión significativa, dado que ya se cuenta con los recursos naturales como materia prima. No obstante, es evidente que el turismo rural no constituye la

principal razón por la que los turistas visitan el país, salvo en aquellos casos donde el turismo involucra indirectamente la participación de comunidades locales.

Sin embargo, una desventaja potencial es la capacidad de alojamiento para los turistas que deseen permanecer en las zonas rurales. En Nicaragua, la mayor concentración de infraestructura hotelera se encuentra en las ciudades, con los departamentos de Managua y Rivas albergando en conjunto el 34% de los establecimientos hoteleros y el 40% de las habitaciones disponibles.

Estrategias gubernamentales

Considerando los aspectos previamente analizados, se proponen las siguientes líneas estratégicas del gobierno:

1. Promoción regional enfocada: El gobierno puede centrar sus esfuerzos de promoción en los países de Centroamérica, destacando la belleza y diversidad de los destinos rurales nicaragüenses.
2. Mejora de la infraestructura terrestre: Invertir en la mejora de las carreteras y la infraestructura terrestre para facilitar el acceso a las áreas rurales de los países vecinos.
3. Facilitación de trámites fronterizos: Agilizar los trámites migratorios y aduaneros en los puntos de entrada terrestre para mejorar la experiencia de los turistas que ingresan al país por esta vía.
4. Fortalecimiento de la oferta turística: Apoyar el desarrollo de la oferta turística en las zonas rurales, promoviendo la creación de nuevos establecimientos de alojamiento, restaurantes y empresas de turismo de aventura.
5. Fomento del turismo digital: Impulsar el uso de herramientas digitales para promocionar los destinos rurales de Nicaragua y facilitar la planificación de viajes por parte de los turistas. Esto podría incluir el desarrollo de plataformas en línea con información turística actualizada, la creación de aplicaciones móviles para la reserva de alojamientos y actividades.
6. Apoyo a la comercialización y distribución: Brindar apoyo a los emprendedores turísticos rurales en la comercialización y distribución de sus productos y servicios, facilitando la conexión con agencias de viajes y operadores turísticos locales e internacionales.

Actualmente, dentro del marco de las políticas de diferenciación y diversificación de la oferta turística, orientadas a generar oportunidades para la comunidad local, el Gobierno de

Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) ha incluido en el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026 la necesidad de diseñar una Estrategia de Desarrollo del Turismo Rural. Esta deberá incluir la implementación de estándares mediante la certificación de fincas y negocios turísticos rurales, los cuales contarán con financiamiento proporcionado por el Banco de Fomento a la Producción (GRUN, 2021, p. 126).

Lineamientos estratégicos:

1. Fortalecimiento de capacidades y destrezas para implementar TRS.
2. Difusión de información, sensibilización y promoción de TRS.
3. Gestión pública orientada a la planificación y desarrollo de destinos turísticos rurales sostenibles.

Como resultado de esta iniciativa, se promulgó la Ley N.º 836, Ley de Turismo Rural Sostenible, que reconoce al turismo rural como una fuente significativa de ingresos para pequeñas localidades cuyo principal sustento ha sido tradicionalmente la agricultura y la pesca. Esta ley también promovió el acercamiento entre los visitantes y las comunidades locales, incluyendo comunidades indígenas y afrodescendientes

Además, se elaboró un reglamento para regular esta normativa, estableciendo principios, definiciones y lineamientos específicos para su implementación.

Las estrategias de desarrollo impulsadas buscaban consolidar el turismo rural como una actividad complementaria a las prácticas productivas tradicionales, con énfasis en la identidad, la autenticidad y los estilos de vida locales. Sin embargo, con el IFGE, el GRUN identificó la necesidad de reorientar la estrategia, dado que muchos actores involucrados vinieron a la ONG con contribuciones poco claras al sector. Esto derivó en la declaración de nuevamente "diseñar una estrategia para el desarrollo del turismo rural" en el PNLP-DH 2022-2026

En este contexto, en 2024 se promulgó la Ley N.º 1210, actualizando el marco normativo del sector turístico. Esta reforma derogó normativas previas, como la Ley 306 (Ley de Incentivos de la Industria Turística), la Ley 495 (Ley General de Turismo) y la Ley 835 (Ley de Turismo Rural Sostenible de la República de Nicaragua). Su propósito fue optimizar la organización y gestión pública del turismo en el país. (GRUN, 2024)

Por otra parte, hasta la fecha, el INTUR ha diseñado doce rutas turísticas basadas en temáticas que integran la vocación de cada territorio, así como sus atractivos y recursos naturales y culturales, con el propósito de promover turísticamente el país. Se observa que la mayoría de los principales destinos incluidos en estas rutas están ubicados en zonas rurales, lo que evidencia el significativo potencial del turismo rural en el país

Con lo anteriormente expresado nuestro trabajo de investigación basado en el Análisis de la planificación para la gestión turística y sostenible en la finca La Casona Venecia, Condega" considerando el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza 2022-2026 el objetivo de los ODS que está alineado con nuestro trabajo de investigación es el:

- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, este objetivo tiene como meta que "Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales."

Esta meta se vincula con nuestro trabajo y lo que buscamos lograr con nuestra propuesta ya que esta busca: fortalecer el turismo rural sostenible para generar empleo local, diversificar la economía en zonas vulnerables y aprovechar el potencial cultural y natural de la finca La Casona en Venecia, Condega.

Respecto al lineamiento del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza nuestra investigación aporta al eje de:

"Desarrollo local, producción, empleo y generación de ingresos", acorde a la línea estratégica 4.3: Promoción del turismo como actividad generadora de empleo e ingreso, vinculado a la producción y cultura local (Zavala, 2024, p. 62).

6.3. Estrategias de Marketing para el Posicionamiento de Destinos Turísticos

6.3.1. Concepto de promoción turística

La promoción turística es uno de los grandes pilares de la Comunicación de Marketing Integrado, la cual facilita las opciones de destino que tienen los usuarios que nunca se deciden dónde pasar sus vacaciones usando una oferta turística. En el caso de la promoción de los destinos turísticos, se identifican instrumentos de la promoción tradicionales y no tradicionales (Velasguí López. y otros, 2018).

Las Técnicas Tradicionales de Promoción Turística.

La publicidad.

Actualmente es común que en la industria turística se hable de promoción y publicidad de una forma indiscriminada, lo que evidencia una confusión entre estos dos conceptos.

Los folletos.

Son una gran fuente de información turística que incluyen contenido visual especializado y representan la descripción formal de los activos turísticos, además influyen en la formación de imágenes del destino mentales en los turistas

La promoción turística juega un papel fundamental para establecer la finca La Casona como un lugar de interés turístico, pues ayuda a informar y captar la atención de posibles visitantes, sobre todo de aquellos que aún no han tomado una decisión sobre su destino. Métodos clásicos como la publicidad y los folletos siguen siendo útiles en áreas rurales, ya que contribuyen a generar visibilidad y a comunicar una imagen clara del lugar.

Para que estas acciones sean verdaderamente efectivas, es crucial que se utilicen con mensajes consistentes, imágenes atractivas y que se ajusten al perfil del turista objetivo. De esta manera, se mejora la percepción del lugar y se refuerza su posicionamiento en el ámbito turístico regional.

6.3.2. Concepto estrategias de Marketing

Para el padre del Marketing, Philip Kotler, el término “estrategias de marketing” se refiere

“Al proceso social y gerencial mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean por medio de la creación e intercambio de productos y valores” (Daniel Hoe, 2023).

El marketing turístico no es solo una herramienta para atraer visitantes, sino una estrategia integral que define como un destino se presenta y se percibe en el mercado global. La promoción efectiva de un destino puede generar una imagen positiva, aumentar la visibilidad y fomentar el interés entre los viajeros.

Los destinos turísticos deben desarrollar contenido atractivo y relevante que resuene con su audiencia objetivo. La autenticidad y la calidad del contenido juegan un papel crucial en la

construcción de una conexión emocional con los potenciales visitantes. Un destino debe definir claramente su propuesta de valor, es decir, lo que lo hace único y atractivo en comparación con otros destinos. Esta propuesta puede estar basada en diversos factores, como la cultura local, las atracciones naturales, la gastronomía, la historia o la hospitalidad.

Marketing en Redes Sociales

Las redes sociales son una plataforma poderosa para el marketing turístico. Los destinos pueden utilizar plataformas como Instagram, Facebook y TikTok para compartir contenido visual atractivo, interactuar con los usuarios y crear una comunidad en línea. Las colaboraciones con influencers y bloggers de viajes también pueden amplificar el alcance y la credibilidad del destino.

Publicidad Digital

La publicidad digital, como los anuncios pagados en redes sociales y en motores de búsqueda, permite a los destinos llegar a su público objetivo de manera más efectiva.

En la era moderna, donde los viajeros tienen acceso a una abundancia de información y opciones, los destinos turísticos deben ser creativos y estratégicos para captar la atención y la imaginación de los potenciales visitantes. La combinación de un marketing bien ejecutado y un posicionamiento sólido puede transformar un destino en un lugar deseado y memorable para los viajeros de todo el mundo (Fara, 2024, Párr. 3 al 14).

Este texto resalta que el marketing en el sector turístico no solo se trata de captar visitantes, sino que es una táctica completa para crear y transmitir una imagen diferenciada del lugar. Para la finca La Casona, es crucial que una estrategia de marketing comience con una buena comprensión de su audiencia objetivo, aplicando métodos como la segmentación y una definición precisa de su propuesta de valor (aventura, naturaleza, hospitalidad rural).

Las herramientas digitales, que incluyen redes sociales, optimización para motores de búsqueda, publicidad en línea y marketing de contenido, son esenciales para alcanzar visibilidad y establecer una conexión emocional con los viajeros. Asimismo, crear una identidad visual fuerte (marca destino) y evaluar de manera continua los resultados facilitará la adaptación de las estrategias y el aumento de su eficacia.

Si se aplican de manera adecuada, estas estrategias posicionan a la finca como un destino turístico deseable, competitivo y memorable, incluso dentro de mercados llenos de opciones.

6.3.3. Posicionamiento en turismo

La posición de un destino turístico no solo se determina por la percepción de los clientes con relación a los atributos, sino también por las experiencias y el nivel de prioridad establecido por los mismos. Estas experiencias pueden basarse en cómo el consumidor percibe los atributos que la imagen está transmitiendo, ya que un mismo destino puede ser posicionado de diferentes maneras, dependiendo del criterio de posicionamiento empleado (Conde Pérez y otros, 2010).

Para lograr un buen posicionamiento, es necesario tener en cuenta varios factores, como el análisis del mercado, la segmentación del público objetivo, el desarrollo de productos turísticos, la promoción y la comunicación.

- Análisis del mercado

El primer paso para definir una estrategia de posicionamiento es conocer el mercado en el que se opera, es decir, la oferta y la demanda turística

- Segmentación del público objetivo

El segundo paso es definir el público objetivo al que se quiere dirigir el destino, es decir, el conjunto de personas que tienen un interés o una necesidad de viajar al lugar. No todos los viajeros son iguales, ni buscan lo mismo, por lo que es importante segmentar el mercado en grupos homogéneos, que compartan características similares, como la edad, el género, el nivel socioeconómico, el origen, las motivaciones, las preferencias, el comportamiento, etc.

- Desarrollo de productos turísticos

El tercer paso es crear y diseñar los productos turísticos que se van a ofrecer al público objetivo, es decir, el conjunto de servicios y actividades que conforman la oferta del destino. Los productos turísticos deben ser coherentes con el posicionamiento que se quiere lograr, y responder a las demandas y tendencias del mercado.

- Promoción y comunicación

En el dinámico universo del turismo, donde cada clic puede marcar la diferencia, la importancia de una estrategia de posicionamiento online efectiva se revela como crucial. La competencia en la industria turística es feroz, con destinos de todo el mundo compitiendo por la atención de los viajeros. La clave para destacar radica en la diferenciación y la capacidad de ofrecer una propuesta única y atractiva.

El camino hacia el éxito en el sector turístico implica comprender y adaptarse continuamente a las dinámicas del mercado. La creación de experiencias auténticas, la segmentación inteligente del público, el desarrollo de productos turísticos que inspiren y la promoción efectiva en línea son elementos esenciales para cualquier estrategia de posicionamiento. Solo a través de un compromiso constante con la innovación y la adaptabilidad podremos alcanzar el éxito y la competitividad sostenibles en la vibrante industria del turismo (Bustillo, 2024).

El posicionamiento en el sector turístico depende de cómo los viajeros ven un destino en comparación con otros. Para que La Casona ocupe un lugar importante en la mente de los turistas, es necesario que continúe mejorando sus características únicas y que comunique su valor de forma clara y efectiva. Esto requiere una comprensión del mercado, una correcta segmentación del público objetivo (como viajeros de aventura o familias), y la creación de productos turísticos que estén alineados con la imagen que se quiere proyectar.

El marketing digital a través de una página web, plataformas de redes sociales, blogs, y publicidad pagada es esencial en esta táctica, ya que ofrece visibilidad a nivel mundial, permite una interacción directa con los usuarios y facilita el análisis detallado de los resultados. Asimismo, una propuesta de valor genuina y distintiva, fundamentada en los recursos naturales, la aventura y la hospitalidad contribuye a establecer a La Casona como un destino excepcional y memorable en un mercado turístico muy competitivo.

6.3.4. Principios del marketing turístico

El punto de partida de cualquier empresa es identificar los grupos de interés y sus necesidades.

“Las empresas de hoy en día admiten, cada vez más, que, a no ser que otros grupos de interés como clientes, empleados, proveedores y distribuidores, la empresa no obtendrá nunca beneficios suficientes para los accionistas. Esto lleva al principio de que una empresa

debe al menos esforzarse por satisfacer las expectativas mínimas de cada grupo de interés” (Kotler et al., 2011, p. 75).

El mercado se compone de muchos tipos de clientes, productos y necesidades. El profesional de marketing tiene que determinar cuáles son los segmentos que ofrecen las mejores oportunidades. Se puede agrupar y atender a los clientes de diversas formas en función de factores geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales. Cuando la empresa ha decidido cuáles son los segmentos del mercado que va a atender, tiene que decidir cómo va a diferenciar su oferta de mercado para cada segmento objetivo y qué posición quiere ocupar en esos segmentos.

El posicionamiento consiste en lograr que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable en la mente de los clientes objetivo con respecto al lugar de los productos de la competencia. Al posicionar su producto, la empresa identifica primero posibles diferencias de valor entre los clientes que proporcionen ventajas competitivas sobre las que puede construir su posición (Kotler et al., 2011, p. 89).

Las empresas turísticas tienen que ver más allá de la venta de productos o servicios, también deben enfocarse en crear un valor para sus clientes, como para los diferentes grupos de interés. Según Kotler la clave para ligar la sostenibilidad y rentabilidad está en comprender el mercado, hacer una buena segmentación de este y crear una oferta diferenciada que dé respuesta y satisfaga las necesidades y deseos de los turistas. Así mismo tener seguridad y una buena imagen, ayuda a posicionarse dentro del mercado, ya que los turistas hoy en día prefieren visitar destinos que garanticen su integridad física y emocional.

Con el objetivo de determinar las estrategias de marketing más efectiva para finca “La Casona” debemos de identificar el mercado y segmentarlo adecuadamente, estudiando los intereses de los visitantes y lo que se oferta, para poder diseñar distintas estrategias que respondan a sus intereses.

6.3.5. Importancia de la presencia en plataformas digitales

Las empresas turísticas han encontrado en el marketing de contenidos para turismo una herramienta fundamental para captar la atención de sus clientes. Publicar contenido relevante, como guías de viaje, recomendaciones de destinos, o incluso colaboraciones con influencers, ayuda a las empresas a construir una relación de confianza con su audiencia y a destacarse en un mercado tan competitivo.

El impacto de las redes sociales en turismo no solo se limita a la promoción de destinos, sino que también influye en la toma de decisiones de los viajeros. Cada vez más personas utilizan las plataformas digitales para buscar inspiración, recomendaciones y valoraciones antes de reservar un viaje. De hecho, las opiniones y comentarios de otros usuarios son un factor decisivo a la hora de elegir un destino o un servicio turístico.

Además, el marketing de contenidos para turismo ha permitido que las marcas adapten sus campañas a las necesidades e intereses específicos de su audiencia. Por ejemplo, a través de contenido personalizado, las empresas pueden segmentar sus publicaciones para llegar a viajeros con preferencias concretas, como turismo de aventura, lujo o ecoturismo. De esta forma, las redes sociales no solo sirven para mostrar un producto, sino para crear experiencias personalizadas que resuenen con cada tipo de viajero (Ostelea, 2020).

Cómo sabemos las redes sociales han revolucionado la manera en cómo el turista se informa hoy en día, las distintas plataformas que existen son herramientas claves para planificar sus viajes, ya que estos les brindan un sin fin de información de los distintos lugares.

Aun así, las redes sociales también son de gran apoyo a los dueños de negocios, ya que estos les ayudan a saber lo que está en tendencia y poder segmentar mejor su público objetivo. Esto no solo ayuda a qué la empresa tenga un mejor alcance en las campañas, sino que también, le ofrece al usuario ofertas más alineadas a sus preferencias.

Para un emprendimiento rural como finca “La Casona” integrar estrategias de marketing es esencial, ya que representa una gran oportunidad para darle más visibilidad a su oferta turística, ya que puede llegar a más personas que compartan este interés por la naturaleza y las actividades agrícolas, llegando a crear un vínculo con potenciales turistas.

6.4. Gestión Turística Integral para el Desarrollo Sostenible

6.4.1. Planificación Estratégica en Turismo

La planificación es un proceso que busca intervenir deliberadamente en la realidad con el fin de moderarla u orientarla hacia una situación o estado de cosas que son consideradas más deseables que la actual.

“La planificación es un instrumento para modificar la evolución natural de una situación no deseada que se produjera en el caso de no intervenir. Históricamente estos procesos de planificación se elaboraban a través de los “expertos “en la materia, que seguían pasos metodológicos predeterminados, muchas veces sin compartir sus ideas con los actores del territorio” (Schulte, 200, p. 57).

En este pequeño concepto los autores nos dan a entender que la planificación es un proceso que busca la forma de influir de una forma directa para trazar el camino hacia un estado más favorable para la empresa, siendo esto la clave para un buen desarrollo. Tener una buena planificación permite gestionar y modificar las diferentes situaciones que puedan estar llevando al deterioro de recursos.

La planificación fue ideada como una tarea para expertos, en dónde no compartían sus propuestas con los distintos involucrados, sin embargo, hoy en día ese pensamiento ha cambiado, ya que se ha demostrado que la participación de la comunidad es un factor clave para elaborar estrategias sostenible y coherente.

Para finca “La Casona” la aplicación de un plan de acción representa una transformación en la realidad local, al darle respuesta a las distintas necesidades en el entorno, buscando la forma de convertir este espacio con potencial en un atractivo turístico, promoviendo así un desarrollo ordenado y beneficios para la comunidad.

Para la finca crear un plan de acción turística con una planificación participativa, considerando tanto las capacidades del entorno, como los propósitos de la comunidad, de manera ordenada, inclusiva y sostenible, es una herramienta fundamental para su desarrollo territorial, turístico y social.

6.4.2. Plan de acción estratégico

Un plan de acción de una empresa es un documento detallado que establece las acciones específicas que una organización llevará a cabo para lograr sus objetivos. Es un mapa que sirve de guía a los empleados y muestra el camino que deben seguir para ejecutar sus estrategias y alcanzar los resultados deseados (Esic, 2023.Párr. 3 al 10).

Algunas de las razones por las que toda compañía debe contar con uno son:

Claridad y enfoque: proporciona claridad en cuanto a lo que se debe lograr e indica cómo se logrará. Esto evita la confusión y asegura que todos los esfuerzos estén alineados con los objetivos establecidos.

Coordinación: permite una coordinación efectiva entre los diferentes departamentos y equipos dentro de la empresa, evitando duplicidades y conflictos.

Medición y seguimiento: tener este tipo de planes supone establecer métricas y plazos concretos que facilitan el seguimiento de las tareas. Esto permite realizar ajustes si es necesario para mantener el rumbo correcto.

Asignación de recursos: ayuda a hacer una asignación adecuada de recursos, como tiempo, dinero y personal, para cada tarea, maximizando así la eficiencia.

Motivación del equipo: al establecer metas claras y mostrar cómo cada miembro contribuye al éxito general, el plan de acción puede motivar al equipo y aumentar su compromiso.

6.4.3. Importancia de las estrategias de planificación turística para el éxito sostenible

La planificación del turismo es una de las tareas primordiales de la institucionalidad estatal turística.

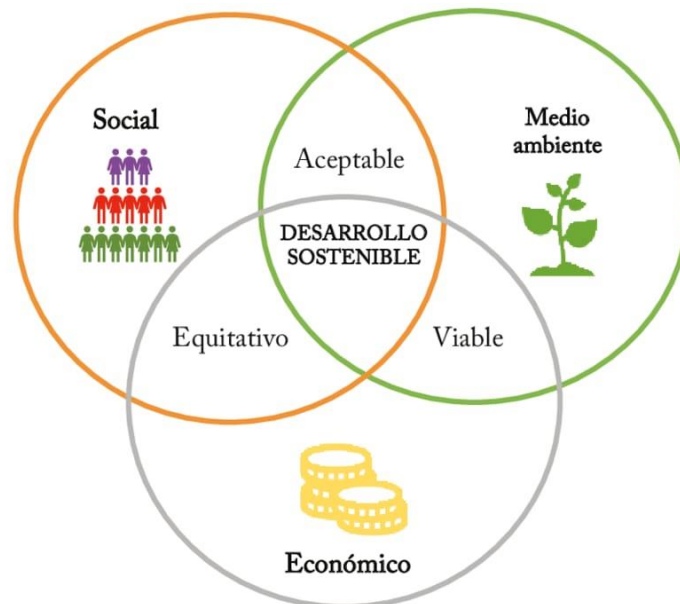
“A través de la planificación se determinan objetivos que desean alcanzar en conjunto los actores involucrados y que conciernen a un territorio determinado, es decir una región o una localidad, dependiendo del alcance del respectivo plan” (Schulte, 200, p. 57).

La planificación turística sostenible implica lograr el equilibrio adecuado entre las necesidades de las personas y el medio ambiente. Implica definir con claridad la misión, la visión y la identidad única de la comunidad. Además, garantiza la correcta asignación de recursos, a la vez que se consolidan las comunidades locales de forma ética y sostenible. Este método de planificación turística beneficia a las personas y los lugares de forma positiva en todos los ámbitos: social, económico, cultural y ambiental, y prioriza la sostenibilidad (Babbar, 2024, Párr. 50).

De esta forma se asegura que participen la mayoría de los actores del territorio, de igual forma se establece una planificación de corto, mediano y largo plazo, que agiliza la búsqueda de recursos

para su implementación. Además, el plan de desarrollo turístico podría contribuir, a través de su ejecución, al bienestar de la población y al desarrollo sostenible en la zona (IICA, 2014, p. 8).

Figura 5 Factores que intervienen en el turismo sostenible



Nota. Tomada de Caracterización de las MiPymes sostenibles del sector turístico del Estado de Baja California, México [figura] por B. E. Bernal Escoto, K. M. Rosete y M. H. Estrada Cabada (2019) (<https://share.google/IB04IVsZ9YdbYun0k>)

Una planificación que tiene como objetivo la sostenibilidad, busca un balance entre el bienestar de la comunidad y su entorno natural, garantizando una experiencia significativa para el visitante, sin tener un impacto negativo en el ambiente. Por ello, la planificación a largo plazo es fundamental para anticipar riesgo, diversificar la oferta turística y asegurar que al implementar estas estrategias den una respuesta a las tendencias, como a posibles crisis futuras.

En este sentido finca “La casona” puede ser referencia de un desarrollo turístico consciente, al definir su identidad rural, destacando sus recursos naturales, culturales y humanos. En este sentido planificar no solo mejora la competencia del negocio, sino, que también asegura que el turismo sea una herramienta para consolidarse como un destino con valores éticos, resiliente y comprometido con el entorno.

6.4.4. Estrategia Nacional de Educación Bendiciones y Victorias

El Buen Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) impulsa la transformación evolutiva de la educación y el trabajo conjunto del Sistema Educativo Nacional, con el propósito de fortalecer el Modelo Educativo centrado en los aprendizajes, con el protagonismo de las personas, familias y comunidades (Comisión Nacional de Educación, 2024).

Los Ejes se conceptualizan de acuerdo con el modelo y definimos líneas desde la visión integral del Sistema Educativo Nacional que facilita la continuidad en todos los niveles educativos, integrando la cosmovisión de nuestros pueblos.

De acuerdo con los ejes de la Estrategia Nacional de Educación “Bendiciones y Victorias”, podemos decir que nuestra investigación tiene una gran conexión con varios de los ejes, tales como:

EJE 1: Educación para la Vida

Promueve el aprendizaje continuo de capacidades, habilidades y valores para la formación integral como persona, para el trabajo y demás ámbitos de la vida.

EJE 5: Historia e identidad Nacional

Fomenta el conocimiento, el aprendizaje y la apropiación de nuestra historia de lucha y la de pueblos hermanos, aportando sentido de pertenencia, identidad de nación, orgullo patrio para la defensa y protección de nuestro patrimonio histórico y cultural.

EJE 6: Ambiente y naturaleza

Fortalece el desarrollo de conocimientos, valores y prácticas para la conservación, protección y cuidado de nuestra Madre Tierra, aportando a la preservación de ambientes saludables para las futuras generaciones

Así mismo esta investigación no solo se centra en los objetivos de desarrollo turístico, sino, que también se convierte en una vía para fusionar la educación con el desarrollo sostenible, fortaleciendo así a la comunidad y ayudando a la transformación social. Por lo tanto este proyecto no solo es una alternativa económica para las familias rurales, sino, que, de igual manera es una

herramienta que puede servir como base para futuras investigaciones en la zona, así mismo da una respuesta a los desafíos sociales, culturales y ambientales en la comunidad.

6.4.5. Incorporación de prácticas sostenibles en la actividad turística

La sostenibilidad en el turismo busca minimizar los impactos negativos en el medio ambiente y las culturas locales, mientras se generan beneficios económicos y se promueve la conservación. Esto abarca prácticas que van desde reducir la huella de carbono y preservar ecosistemas hasta apoyar a las economías locales y respetar la cultura y tradiciones autóctonas (Ostelea, 2024).

Las empresas turísticas, por su parte, deben adoptar prácticas sostenibles en sus operaciones diarias, desde la gestión de recursos hasta la oferta de productos y servicios que respeten el medio ambiente y las culturas locales. Los turistas, como consumidores, juegan un papel crucial al optar por destinos y servicios que promuevan la sostenibilidad (Turismo, 2024).

Para aquellos en la industria del turismo, la clave es crear un modelo sostenible maximizando los aspectos positivos, minimizando los negativos y asegurando que las necesidades de hoy no se antepongan a las necesidades de mañana (Barten, REVFINE, 2024).

La Implementación de prácticas sostenible en los distintos destinos turísticos hoy en día es fundamental, para garantizar un equilibrio entre los económicos, lo ambiental y el bienestar de la comunidad, en esta investigación, se pretende proponer un plan de gestión turístico que integre todas estas dimensiones, haciendo que cada componente del plan responda a cada una de las necesidades de forma sostenible e inclusiva.

De igual manera la capacitación comunitaria es parte esencial, ya que proveerá de habilidades, herramientas y conocimientos a la población relacionada con el turismo, esto permitirá asegurar la calidad del servicio y la protección del entorno. De esta forma la sostenibilidad se convierte en el motor para transformar el desarrollo turístico tanto de la finca, como de la comunidad, en un futuro más equilibrado y duradero.

6.4.6. Capacitación y Participación Comunitaria

6.4.7. Concepto de capacitación turística

La capacitación turística y formación de profesionales ha demostrado ser un factor clave para promover el éxito de los destinos turísticos. Esto se alinea con los cuatro pilares de la educación

propuestos por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) que son: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir y aprender a ser, que recupera los planteamientos de Jacques Delors respecto a generar una educación holística y activa para cambiar nuestra historia y lograr crear una sociedad más justa y solidaria a través del poder transformador de la educación.

Los 4 pilares de la educación de la UNESCO

1. Aprender a conocer:

Este pilar se refiere a la adquisición de conocimientos y habilidades que permitan comprender el mundo que nos rodea. En el contexto de la capacitación. Aprender a conocer implica tanto ampliar la curiosidad, capacidad de asombro y el deseo de investigar, que nos lleven a encontrar nuevas soluciones que concilien las diferentes opiniones y posturas de quienes compartimos el mundo.

2. Aprender a hacer:

Este pilar se centra en el desarrollo de habilidades prácticas y competencias que permitan a las personas aplicar el conocimiento adquirido en situaciones reales y resolver problemas de manera efectiva. Proporcionar a los individuos oportunidades para practicar y aplicar lo que han aprendido en un entorno laboral o en situaciones concretas.

3. Aprender a convivir:

Este pilar se refiere al desarrollo de habilidades sociales, valores y actitudes que promuevan la convivencia pacífica, el respeto mutuo y la cooperación. En el contexto de la capacitación, aprender a convivir implica promover el trabajo en equipo, la comunicación efectiva y la empatía.

4. Aprender a ser:

Este pilar se refiere al desarrollo integral de la persona, incluyendo aspectos cognitivos, emocionales, éticos y físicos. En el contexto de la capacitación, aprender a ser implica proporcionar oportunidades para el crecimiento personal, el autoaprendizaje y el desarrollo de las habilidades y talentos individuales.

La capacitación turística es importante porque mejora la calidad del servicio, promueve el desarrollo comunitario, proporciona conocimientos sobre el destino, ayuda en la gestión de crisis,

desarrolla habilidades empresariales y mantiene a los profesionales actualizados sobre las tendencias de la industria entre otros beneficios.

Esto no solo contribuye al crecimiento y el éxito de quienes participan en la gestión turística, sino también, aumenta la satisfacción de los turistas, aportando elementos para mejorar las experiencias, la seguridad, la educación, la curiosidad y la economía de las comunidades locales (Idyd, Identidad y desarrollo el valor de ser, 2023, Párr. 17 al 21).

La capacitación en turismo es fundamental para el progreso sostenible de la finca La Casona, ya que eleva la calidad del servicio, refuerza las habilidades locales y estimula la implicación de la comunidad. Al poner en práctica los cuatro pilares educativos de la UNESCO (aprender a conocer, hacer, convivir y ser), se fomenta una educación integral que abarca no solo aspectos técnicos, sino también valores, identidad y liderazgo.

Esto ayuda a:

- Mejorar la atención al visitante.
- Impulsar el emprendimiento en la localidad.
- Introducir innovaciones en las experiencias turísticas.
- Preparar a la comunidad para enfrentar situaciones de crisis.
- Incluir a los participantes locales en la cadena de valor del turismo.

Incorporar la capacitación en el plan de acción turística asegurará que el crecimiento del destino sea inclusivo, competitivo y sostenible.

6.4.8. Importancia de contar con recursos humanos capacitados

La capacitación constante en turismo ayuda a los profesionales a mejorar sus habilidades y conocimientos, lo que los hace más competitivos en el mercado laboral. Aquellos que se mantienen actualizados y adquieren nuevas competencias tienen mayores oportunidades de empleo, de ascenso en sus carreras y de proponer emprendimientos prósperos y corresponsables. La capacitación les permite destacarse, colaborar y ofrecer un valor agregado a los empleadores, colaboradores y clientes.

Calidad del servicio:

El turismo es una industria centrada en el servicio al cliente. La capacitación constante permite a los profesionales del turismo mejorar sus habilidades de comunicación, resolución de problemas y gestión de situaciones difíciles. Esto se traduce en una mejora de la calidad del servicio y de las relaciones con otras personas incluyendo a los turistas, a otros miembros de las comunidades y a las familias de quienes se capacitan.

Innovación y adaptación:

La capacitación constante fomenta la innovación y la capacidad de adaptación en el campo del turismo, que se traduce a otros ámbitos de la vida cotidiana, los profesionales capacitados están mejor equipados para identificar nuevas oportunidades, implementar soluciones creativas y responder de manera efectiva a los cambios del entorno. La capacitación ayuda a desarrollar habilidades de pensamiento crítico y resolución de problemas, lo que es esencial en un mundo que enfrenta desafíos constantes.

Desarrollo personal y profesional:

Permite adquirir nuevas perspectivas, ampliar su horizonte de conocimiento y mejorar su confianza y autoestima. Además, la capacitación en turismo puede abrir puertas a nuevas oportunidades de negocios vinculados con la cadena de valor de los destinos y a ampliar su red de contactos a nivel local, regional e incluso internacional.

Inclusión social

Capacitarse en turismo propone esquemas de inclusión social que aumentan la capacidad de los destinos para ofrecer servicios para personas en situaciones vulnerables, o con alguna discapacidad, además de promover el disfrute y aprovechamiento del patrimonio natural y cultural entre toda la población que habita en los destinos.

Así también, capacitarse de forma constante ayuda a adaptarse a los cambios, a desarrollar nuevas habilidades y contribuir al crecimiento personal y colectivo de las comunidades (Idyd, Identidad y desarrollo el valor de ser, 2023, Párr. 23 a la 29).

Contar con un equipo humano entrenado es fundamental para el avance turístico de la Finca, ya que incrementa la competitividad del lugar y enriquece la experiencia del turista. La formación

constante permite al personal ajustarse a las modificaciones del mercado, integrar nuevas tecnologías, proporcionar un servicio de calidad y estimular la innovación en los productos turísticos.

Además, ayuda en el desarrollo personal y profesional de los ciudadanos locales, mejorando su autoconfianza, habilidades empresariales y conexiones sociales. También fomenta la inclusión social, ampliando las oportunidades de acceso y disfrute del turismo a diferentes grupos.

Incluir estrategias de capacitación dentro del plan de acción turístico no solo asegura un capital humano más capacitado, sino que también fortalece un modelo de desarrollo turístico sostenible, adaptable y centrado en las personas.

6.4.9. Principios de Sostenibilidad en la Gestión Turística

6.4.10. Dimensiones de la sostenibilidad: económica, social y ambiental

Desde un punto de vista histórico, el concepto de sostenibilidad se formuló en la primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medioambiente, en 1972, pero solo ha tomado forma a partir de 1987, cuando la publicación del llamado Informe Brundtland («Nuestro Futuro Común») aclaró los objetivos del desarrollo sostenible.

Los ODS y los objetivos de la ONU de la Agenda 2030

La transición hacia el desarrollo sostenible se basa, principalmente, en una serie de acuerdos y objetivos internacionales que luego se aplican a nivel de cada Estado y comunidad. La sostenibilidad medioambiental es la capacidad de preservar y proteger el entorno natural a lo largo del tiempo mediante prácticas y políticas adecuadas, satisfaciendo las necesidades presentes sin comprometer la disponibilidad de recursos en el futuro.

Entre las prácticas de gran importancia para la sostenibilidad, es esencial preservar y gestionar de forma sostenible los recursos naturales, incluidos el agua, el suelo, los bosques, la fauna y los hábitats naturales, para garantizar el equilibrio del planeta y la disponibilidad de estos recursos para las generaciones futuras.

Para lograr la sostenibilidad es necesario superar:

- La pobreza y las desigualdades socioeconómicas.

- La discriminación, los prejuicios y la exclusión social.
- La falta de acceso a los recursos.
- La inseguridad y los conflictos a escala local, regional y mundial.
- La mala gobernanza, que incluye fenómenos como la corrupción y la ineficacia institucional.

Existe una fuerte interconexión entre las esferas medioambiental y económica, donde las buenas prácticas medioambientales, como la gestión responsable de los recursos, son esenciales para mantener la estabilidad de la economía y la propia existencia de la cadena de suministro de alimentos (Brundtland, 2024, Párr. 40 al 67).

El avance del turismo en Finca La Casona necesita apoyarse en las tres dimensiones de la sostenibilidad: la ambiental, la social y la económica. Esto significa preservar el entorno natural, fomentar la inclusión y el bienestar de la comunidad local, así como asegurar un crecimiento económico que sea responsable y perdurable. Las estrategias relacionadas con la infraestructura, la promoción y la formación deben combinarse para equilibrar estos elementos, garantizando un turismo sostenible que favorezca tanto a la comunidad como al medio ambiente.

6.4.11. Aplicación de principios sostenibles en la planificación de turismo rural

Entre las prácticas “sostenibles” que llevan a cabo, y que cumplen con los ODS, destacan la adquisición de productos procedentes de los comerciantes locales (52%), la realización de actividades divulgativas medioambientales (49%), contar con infraestructuras para la eficiencia energética (45%), emplear energías renovables o limpias (33%) y sistemas para el ahorro de agua (32%), así como separar y reciclar los residuos (45%) (Sanz de Sautuola & Yllera, 2023, Párr. 3 al 5).

Desde hace unos años, la sostenibilidad es una de las tendencias más demandadas en muchos campos, entre ellos el turismo rural. Y es que cada vez más viajeros buscan experiencias auténticas y sostenibles que les permitan conectarse con la naturaleza y la cultura local.

Los principios fundamentales de esta forma de turismo incluyen:

Respeto por la naturaleza: La idea fundamental es que la naturaleza es un recurso frágil que debe protegerse. Esto implica la conservación de áreas naturales, la promoción de prácticas de turismo ecológico y la minimización de los impactos negativos en el entorno.

2. Beneficios para la comunidad local: El turismo rural sostenible se enfoca en generar beneficios económicos y sociales para las comunidades locales. Esto implica apoyar la economía local a través de la compra de productos y servicios locales, así como la creación de empleo en la comunidad.

3. Participación de los viajeros: Los viajeros desempeñan un papel activo en el turismo rural sostenible. Se les anima a respetar las costumbres locales, a aprender sobre la cultura y a minimizar su impacto ambiental.

4. Educación y conciencia: Se busca crear conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad y la conservación. A menudo, los viajeros tienen la oportunidad de aprender sobre la flora, fauna y la historia de la región que visitan (Rebón, 2024, Párr. 1 al 5).

La aplicación de principios de sostenibilidad en la planificación del turismo rural es fundamental para el crecimiento de la Finca La Casona como un lugar turístico, esta estrategia favorece un balance entre la protección del medio ambiente, la valoración de la cultura local y el impulso de la economía de la comunidad. Incorporar planes de infraestructura sostenible, marketing ético y formación de la comunidad, permite proporcionar una oferta turística alineada con las tendencias contemporáneas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Adicionalmente, posiciona a La Casona como un destino atractivo para viajeros comprometidos, mejora la calidad de vida de la comunidad y asegura la sostenibilidad futura. La participación activa de la población local y la educación ambiental también propician un modelo turístico que sea más justo, resistente y transformador.

7. Hipótesis o supuesto de investigación

Mediante la implementación de acciones estratégicas la planificación turística y sostenible de la finca La Casona tendría un desarrollo turístico.

8. Operacionalización de variables y/o matriz de categorías

Objetivos	Categoría	Conceptualización	Sub categoría	Indicadores	Ítems	Técnicas	Fuentes de información
Identificar la situación actual de la gestión turística en la Finca La Casona, considerando su infraestructura, servicios y promoción.	Infraestructura Servicios y promoción.	La infraestructura es todo sistema, estructura física (obra), red u organización necesarias que dan soporte funcional, óptimo y eficiente para el buen funcionamiento de una sociedad y su economía. Esta puede pertenecer al sector público o privado según quien sea su dueño o administrador principal (López, 2018, p. 7). De acuerdo a Philip Kotler; El marketing de servicio considera que “Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una	Servicios turísticos Promoción turística y mercadeo	Estado de las instalaciones Accesibilidad vial hacia la finca Disponibilidad de servicios básicos (agua, energía, sanitarios) Variedad de actividades turísticas ofrecidas Calidad del servicio al cliente Medidas de seguridad para turistas	• Higiene • Infraestructura • Señalización • Oferta turística • Redes de comunicación • Servicios básicos • Publicidad	Guía de observación directa	Visita a la finca La Casona Y Finca La Casita de Don Cesar

		parte puede ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer (Rosales, 2016). Para Kotler y Keller, en su libro “Dirección de Marketing“, una promoción es parte de las “comunicaciones de marketing” y la definen de este modo: El medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público... la comunicación de marketing representa la voz de la marca y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores (Sánchez B. , 2019).		Presencia en redes sociales y plataformas digitales			
Detallar los principales	Desarrollo turístico	El desarrollo turístico consiste en crear y	Oferta Turística	Diversidad de productos y	¿Con qué servicios básicos cuenta la finca	Análisis FODA	Administrador de la finca

desafíos y oportunidades que afectan el desarrollo turístico en la finca.		mantener una industria turística sostenible en un lugar, región, país o parte del mundo en particular. Esto significa que las prácticas turísticas deben poner énfasis en la sostenibilidad ambiental, la preservación cultural y los beneficios sociales y económicos a largo plazo (Barten, Revfine, 2024).	Gestión y Planificación Impacto Socioeconómico	actividades turísticas ofrecidas Capacidad para innovar y adaptarse a las demandas del mercado Existencia de estrategias de planificación turística en la finca Incorporación de prácticas sostenibles en la gestión Disponibilidad de recursos humanos capacitados Apoyo o vinculación con instituciones públicas y privadas	y qué tipo de actividades turísticas se ofrecen actualmente? ¿Qué retos considera usted que tiene la finca que limitan el interés de los turistas para visitarla? ¿De qué manera cree usted que se puede aprovechar el potencial en cuanto a las oportunidades que ofrece la finca?	Análisis documental	
Proponer un plan de acciones	Plan de acción turística	Cada empresa tiene que escoger un plan	Marketing turístico	Estrategias de marketing	¿Ha considerado usted poner en	Entrevista	Administrador de la finca

estratégicas para la gestión turística y sostenible en la Finca La Casona.		para su supervivencia y su crecimiento a largo plazo que se adecue a su situación, a sus oportunidades, a sus objetivos y a sus recursos. Este es el elemento principal de la planificación estratégica: el proceso ceso de desarrollar y mantener un ajuste estratégico entre los objetivos de la organización, sus peculiaridades y cada empresa tiene que escoger un plan para su supervivencia y su crecimiento a largo plazo que se adecue a su situación, a sus oportunidades, a sus objetivos y a sus recursos. Este es el elemento principal de la planificación estratégica: el proceso ceso de desarrollar y mantener un ajuste estratégico entre los objetivos de la organización, sus	Capacitación y participación comunitaria Gestión y planificación estratégica Sostenibilidad turística	implementadas o planificadas Nivel de posicionamiento de la marca turística (reconocimiento por parte del público objetivo) Existencia de programas o necesidades de capacitación en turismo, atención al cliente o guianza Nivel de interés y participación comunitaria en el desarrollo turístico Aplicación de principios de sostenibilidad en la planificación (económica,	práctica un proyecto o establecer alianzas ya sea con la comunidad u organizaciones que le aporten tanto al mejoramiento de la infraestructura, como al posicionamiento de la finca y de igual forma a la capacitación del personal? ¿De qué forma usted gestiona la publicidad de la finca y que estrategias de promoción ha llevado a cabo para el desarrollo turístico? ¿En el negocio se utiliza alguien tipo de energía renovable o implementa medidas para la reducción y eficiencia energética? En finca La Casona, ¿se ponen en práctica medidas para la reducción del consumo de agua?		Alcaldía de Condega (promotores turísticos)
--	--	---	---	--	--	--	---

		peculiaridades y las oportunidades cambiantes del contexto de marketing. La planificación estratégica sienta las bases para el resto de la planificación de la empresa (Kotler et al., Marketing turístico, 2011, p. 78).		social y ambiental)	¿Finca la Casona se relaciona o implementa medidas para cuidar las áreas verdes y el medio ambiente del negocio? ¿Se integran en talleres que promuevan la sostenibilidad?		
--	--	---	--	----------------------------	--	--	--

9. Diseño Metodológico

9.1. Tipo de investigación

La investigación aplicada tiene por objetivo la generación de conocimiento con aplicación directa y a mediano plazo en la sociedad o en el sector productivo. De esta manera, se genera riqueza por la diversificación y progreso del sector productivo, así la investigación aplicada impacta indirectamente en el aumento del nivel de vida de la población y en la creación de plazas de trabajo (Lozada, 2014, p. 35).

Esto significa que, la investigación es aplicada ya que intenta solucionar un problema particular para el desarrollo del turismo en la finca "La Casona", a través de las estrategias de planificación. Según su enfoque filosófico es cualitativo, porque se estudia su realidad en su contexto natural, es decir tal y como sucede en el espacio a investigar como lo es la finca La Casona, todo esto se centra en entender el entorno, las opiniones de los participantes locales y cómo opera el ambiente turístico, empleando técnicas como entrevistas, observación, análisis de documentos y análisis FODA. Implica interpretar datos sin medición numérica para afinar preguntas y obtener respuestas que nos aporten a la investigación.

Por consiguiente, esta investigación es cualitativa, ya que se utiliza una variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes (Blasco Mira & Pérez Turpín, 2007, p. 17).

En cuanto al nivel de profundidad, este estudio es de carácter descriptivo y transversal. Cabe señalar que es de naturaleza descriptiva ya que pretende proporcionar una descripción general de la ubicación y describir eventos observables en la finca. El tema elegido en este caso particular no ha sido investigado ni reconocido, ya que no hay precedentes que examinen este tema como lo es la finca La Casona. Además, este es un estudio piloto que se está desarrollando para un contexto de planificación y desarrollo turístico.

9.2. Área de estudio

Área de conocimiento

Área de investigación: Ciencias Económicas y Administrativas.

Subárea: Administración Turística y Hotelera.

Líneas de Investigación

Línea CEC-2: Organizaciones, gobierno y economía nacional.

Sub línea CEC- 2.3: Estrategia empresarial, producción, mercadotecnia, talento humano y toma de decisiones

Según la línea de investigan en CINE (IsCED-F 2013) es: 04 Administración de empresas y derecho

Su campo específico es: 041 Educación comercial y administración

Su campo detallado es: 0413 Gestión y administración

Area geográfica: caracterización de la comunidad de Venecia, Condega.

La comunidad de Venecia, Condega pertenece al departamento de Estelí. Venecia está ubicada a 22 kilómetros al noreste de Condega, en el departamento de Estelí. Cuenta con unos 800 habitantes, muchos de ellos miembros de la Cooperativa “Laureano Flores”, quienes se dedican al cultivo de café y de granos básicos, pero ahora apuestan al turismo rural autosostenible como una alternativa de desarrollo de su localidad.

Figura 6 Mapa de Venecia



Nota. Fotografía tomada por las autoras (2025) de un mapa elaborado por la Alcaldía de Condega

El clima de Venecia es fresco, tiene una laguna para pasear en bote, observación de tucanes de largos y de coloridos picos, caminatas por senderos que abrieron guerrilleros, tour por brumosos cafetales y ascenso a casi inaccesibles riscos desde donde se dominan varios departamentos norteros, forman parte de los atractivos que ofrece la comunidad de Venecia, en la cima de las montañas del Parque Ecológico Canta gallo, en el municipio de Condega, Estelí (Obregón, 2014, Párr. 9-15).

Venecia es una montaña que conserva tupidos bosques de roble y de pino, donde los habitantes de Venecia disfrutan de un envidiable clima fresco durante el verano, que se vuelve muy frío con la entrada del invierno, sobre todo cuando se acerca diciembre. La razón de esta baja temperatura es sencilla: 1,300 metros de altura sobre el nivel del mar hacen bajar el termómetro de los 23 grados centígrados que mantiene casi todo el año a los fríos 16 y hasta 12 grados centígrados en fin de año.

Unas 90 casitas hechas de adobe, taquezal, bloques, tablas y ladrillos de barro cocido, algunas con piso de suelo y otras de ladrillo de cemento, le dan vida al apacible poblado que lleva el nombre de la famosa ciudad italiana de Venecia. En Venecia, que está enclavada en el parque ecológico de Santa Gallo, se descubren miradores, senderos y muchos lugares exuberantes.



Figura 8 Mapa virtual, finca La Casona

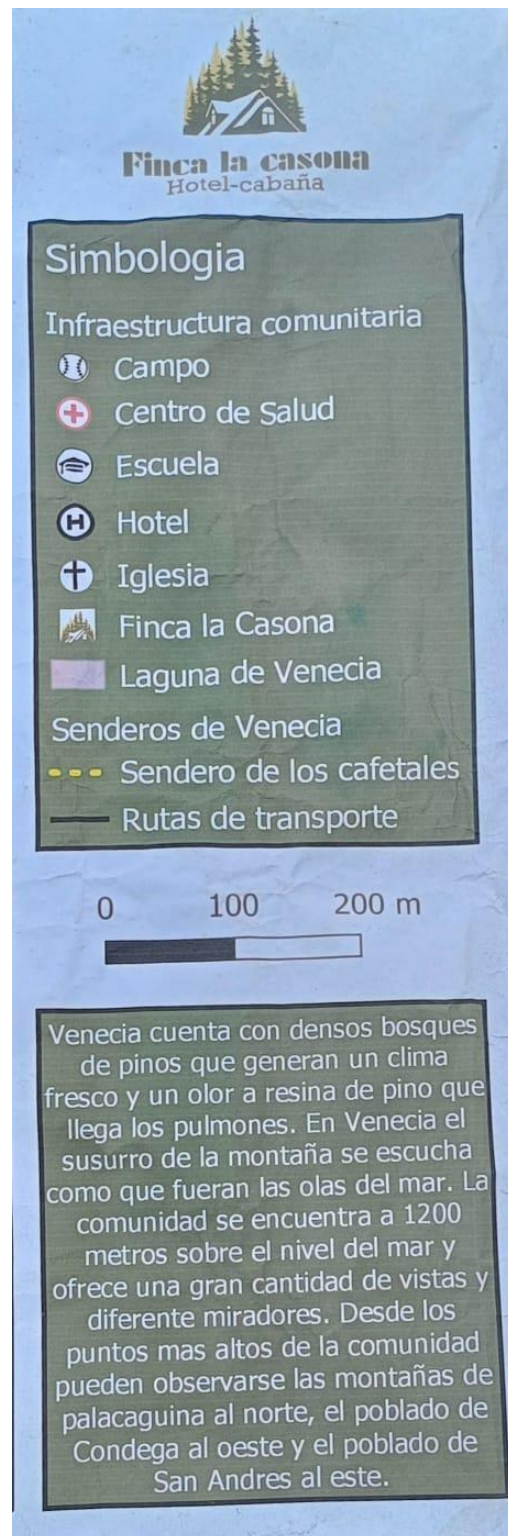


Figura 7 Simbología

9.3. Población y muestra / Sujetos participantes

La población se refiere al conjunto de personas que proceden de un determinado lugar en un momento específico. Este concepto abarca no solo el número total de personas, sino también sus características y distribución dentro de un área definida (Sposob, 2024).

El universo de estudio de esta investigación es la comunidad de Venecia, principalmente la iniciativa turística Finca “La casona”, en conjunto con su propietario, así mismo algunas instituciones que ayuden a su reconocimiento y planificación turística como lo es la alcaldía de Condega.

Para la selección de muestra de esta investigación, se usa un tipo de muestreo no probabilísticos por conveniencia, en el cual los participantes son seleccionados bajo los criterios de inclusión, teniendo en cuenta la cercanía con el contexto del problema planteado y disponibilidad de tiempo según el propietario de la finca, los promotores del turismo en la alcaldía y propietario de la finca Casita de Don Cesar.

De igual forma, bajo los criterios de exclusión, se descarta a las personas que no muestran verdadero interés con las distintas actividades relacionadas con la gestión turística, que no vivan en la comunidad y no aportan al desarrollo comunitario.

9.4. Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Para esta investigación se llevarán a cabo distintas técnicas de recolección de datos como lo son;

- La entrevista: Se trata de una herramienta importante para recopilar información sobre las actitudes, opiniones, valores y creencias de las personas, así como para explorar temas y conceptos más amplios. La entrevista puede ser estructurada, semiestructurada o no estructurada, y puede ser utilizada tanto en investigaciones cuantitativas como cualitativas (Vásquez Ramírez et al., 2023, p. 97).
- Guía de observación: La técnica de observación es una herramienta fundamental en la investigación científica, tanto en el ámbito cualitativo como en el cuantitativo. A través de la observación se pueden recopilar datos y obtener información sobre el comportamiento de las personas, los grupos y los fenómenos naturales o sociales (Vásquez Ramírez et al., 2023, p. 95).
- Investigación documental: El análisis documental es una técnica de investigación que se utiliza para recopilar datos a partir de documentos, incluyendo informes, cartas, transcripciones, registros y otros documentos escritos. El objetivo del análisis documental es obtener información relevante de los documentos que pueden ser utilizados para comprender mejor un problema o tema específico (Vásquez Ramírez et al., 2023, p. 107).
- Matriz de análisis FODA: El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales.

La matriz de análisis FODA es una herramienta simple y, a la vez, potente que te ayuda a identificar las oportunidades competitivas de mejora. Te permite trabajar para mejorar el negocio y el equipo mientras te mantienes a la cabeza de las tendencias del mercado (Raeburn, 2024, párr. 4).

9.5. Etapas de la investigación

Etapas de la investigación

Etapas de la investigación

Etapas de la investigación

En esta primera parte de nuestra investigación, se obtuvo información primaria y secundaria, la cual adquirimos mediante visitas a distintas fuentes de información relacionadas con nuestro tema de investigación como lo fueron tesis, sitios web, informes, artículos de revistas, y consulta de libros en internet, esto nos ayudaron de base para sustentar la problemática, plantear los objetivos y así mismo elegir los fundamentos para la realización del marco teórico.

Etapas de la investigación

Para esta segunda etapa se diseñan los instrumentos de recolección de datos los cuales son esenciales para recopilar información acerca de la comunidad y la situación actual de la finca, tomando como referencia los objetivos específicos, asimismo los indicadores plasmados en el cuadro de operacionalización de variables.

Etapas de la investigación

En esta etapa se realizó la visita a las fincas para aplicar los instrumentos de entrevistas, guías de observación directa a nuestros informantes claves como lo son los propietarios de finca La Casona y La casita de Don Cesar, de igual manera a los promotores del turismo en la alcaldía de Condega, para identificar las potencialidades del área como lo son los hospedajes y recursos naturales, de esta manera se obtiene la información clave para nuestra investigación.

Etapas de la investigación

En esta última etapa se analizó la información recopilada para desarrollar las propuestas que den solución a la problemática, se evaluaron las variables de infraestructura, servicios y promoción, desarrollo turístico y plan de acción turístico. El estudio de la infraestructura permitió identificar las debilidades y oportunidades de mejora para ofrecer una experiencia turística de calidad. En cuanto a los servicios y la promoción, se evidenció la necesidad de optimizar la difusión de la oferta turística, ya que estos aspectos impactan directamente en el desarrollo turístico.

Finalmente, con base en estos hallazgos, se elaboró un plan de acciones estratégicas que integra estrategias concretas para mejorar la infraestructura, los servicios y la promoción, de esta manera, mediante la implementación de acciones estratégicas en cuanto a la planificación y sostenibilidad

finca La Casona tendrá un mejor desarrollo turístico de igual manera se incluyen las recomendaciones, que fortalezcan el desarrollo turístico sostenible de la finca.

10. Análisis y discusión de resultados

- **Historia finca La Casona**

Finca la Casona, ubicada en la comunidad de Venecia, en el municipio de Condega, en un principio está solo funcionaba como un terreno de siembra, en donde se cultivaban maíz y frijoles, pero, a partir del 2019, abre sus puertas como un destino turístico, ya que el señor Fernando Arce hoy en día propietario, vio el potencial turístico que poseía la comunidad y en ese instante surge la idea de construir una cabaña, para poder darle solución a la necesidad de alojamiento de las personas que visitaban la comunidad.

Al principio la finca gozaba de una gran afluencia de turistas, ya que aparte de cubrir la necesidad de alojamiento, también ofrecía diversas actividades como lo es el senderismo, el avistamiento de aves, recorridos por cafetales, camping, cabalgatas, también contaban con el servicio de alimentación y cubrían eventos especiales.

Pero con la llegada de la pandemia en 2020, la afluencia de turistas disminuyó, lo cual conllevó a algunas pérdidas económicas. Pero al paso del tiempo y el resurgimiento del turismo, finca la casona, vuelve a tener visitas de turistas, pero esta vez más nacionales que internacionales.

Hoy en día Finca la casona, aún enfrenta muchos retos que impiden su posicionamiento en el mercado turístico, debido a la falta de estrategias de planificación, el mal uso de las redes sociales y los problemas de accesibilidad a la comunidad, son algunas de los factores que dificultan su desarrollo turístico.

Situación actual de la gestión turística y la sostenibilidad en finca La Casona, considerando su infraestructura, servicios y promoción

- Situación actual de la gestión turística en finca La Casona

Al identificar la situación actual de la gestión en la finca íntegra un avance esencial, ya que permite identificar de manera total cuáles son las condiciones reales con las que se están llevando a cabo las actividades y cómo estas influyen en la percepción de los visitantes. De acuerdo con Pearce (1988), el desarrollo turístico parte del mejoramiento continuo de instalaciones y los servicios, pues son estos elementos los que determinan la competitividad de un destino.

En ese sentido, la información obtenida mediante la entrevista al propietario y la guía de observación brinda un panorama completo de la realidad de Finca La Casona y su nivel de avance hacia un modelo de turismo sostenible.

Primer criterio para evaluar, guía de observación: Estado actual de la infraestructura de la finca

La infraestructura es todo sistema, estructura física (obra), red u organización necesarias que dan soporte funcional, óptimo y eficiente para el buen funcionamiento de una sociedad y su economía. Esta puede pertenecer al sector público o privado según quien sea su dueño o administrador principal (López, 2018, p. 7).

Figura 9: Infraestructura turística



Nota. Elaboración propia por el equipo de investigación (2025)

Al identificar la situación actual del turismo en la comunidad de Venecia, sobresalen dos iniciativas turísticas con un mismo enfoque, como lo es La Casita de Don Cesar y Finca La Casona, en los cuales se aplicaron los instrumentos para observar las similitudes entre sí.

Los hallazgos de las entrevistas muestran que las dos iniciativas turísticas comparten un enfoque rural y comunitaria respecto al turismo, sin embargo, existen diferencias notables en el mantenimiento, la organización interna y la forma en que se ofrecen sus servicios.

La Casita de Don César es una iniciativa turística pequeña, aunque bien estructurada, que ha estado en funcionamiento por más de seis años, el propietario ha demostrado un compromiso significativo con el estado de la infraestructura, la limpieza de las habitaciones y el orden general del lugar, cada aspecto del alojamiento, desde los jardines hasta las cabañas, se cuida con atención lo que proporciona a los visitantes una sensación de comodidad y paz. Además, el sitio se distingue por su equilibrio con la naturaleza y por ofrecer un ambiente acogedor y tranquilo lo que es clave para su posicionamiento actual.

Por otro lado, Finca La Casona, a pesar de contar con una extensión territorial más amplia y un poco más de servicios como el restaurante en la parte baja de la cabaña, senderismo, hospedaje y zonas para acampar, presenta un menor grado de mantenimiento estructural, el propietario admite que hay áreas que requieren de mejoramiento en cuanto a pintura, barniz y mejoras estéticas, factores que impactan la percepción del turismo, aunque la finca ha llevado a cabo iniciativas sostenibles como la reforestación con pinos y cipreses, así como la recolección de agua pluvial, estos esfuerzos no vienen acompañados de una gestión visual y estética que realce el atractivo de las instalaciones.

En cuanto a sostenibilidad, ambas iniciativas turísticas muestran una conciencia ambiental, aunque en la Casita de Don César se aplica de manera más constante rutinas diarias de ahorro de agua, gestión responsable de residuos y actividades de limpieza en la comunidad, además involucra a la comunidad en campañas ambientales y formativas, realiza actividades recreativas para los niños, colabora con la merienda de los niños de la comunidad, La Casona en cambio, se involucra en capacitaciones ofrecidas por INTUR y la Alcaldía, pero aún no cuenta con una estructura formal que permita establecer una gestión turística sostenible a largo plazo, el propietario de finca la casona no se involucra en muchas actividades con la actividades pero si tiene algunas alianzas.

Finca La Casona tiene una infraestructura específica ya que se enfoca en proporcionar servicios para el descanso, la alimentación y el esparcimiento de sus huéspedes, esta estructura es fundamental para desarrollar la actividad turística, permitiendo ofrecer una buena experiencia a quienes llegan al lugar. En la finca hay hospedajes pensados para el descanso de los turistas, una cabaña con habitaciones que se integran al entorno natural.

Además, la finca tiene espacios recreativos que favorecen la realización de actividades al aire libre, caminatas ecológicas y zonas para la convivencia familiar.

En cuanto a la guía de observación realizada en la Finca la Casona sirve como un referente para la investigación ya que de esta manera permite identificar los elementos presentes en el entorno considerando los aspectos de infraestructura, servicios ofrecidos y los recursos disponibles en la finca ya que esta proporciona evidencias relevantes lo cual fortalece el análisis de resultados.

- Estado general de la cabaña

La cabaña actualmente tiene una infraestructura funcional, aunque algo limitada. En cuanto al mantenimiento, la cabaña cumple con lo básico, cuenta con servicios como agua y energía eléctrica, pero el servicio de luz en temporada de lluvia se ve afectado por los constantes apagones en la zona, también carece de una señalización adecuada para zonas de riesgo y rutas de evacuación, como su diseño que no la hace apta para personas con discapacidad, de igual forma el equipamiento en las habitaciones es insuficiente.

En cuanto a la limpieza, se puede decir que hay algunas áreas en las que se pudo percibir rastros de polvo y tela de araña, debido a que la limpieza no se hace de forma diaria, ya que entre semana hay poca afluencia de turistas, por otro lado, también se identifican problemas de humedad debido a que es una zona montañosa con constantes lluvias. Respecto a sus condiciones rústicas, constituyen su mayor atractivo, ofreciendo tranquilidad y contacto con la naturaleza, pero también representan un reto, ya que los accesos son difíciles.

Asimismo, la cabaña para complementar la oferta turística cuenta con una infraestructura de apoyo ya que a parte del hospedaje se ofrece el servicio de restaurante y un área de barra para satisfacer de una mejor manera a sus clientes, pero esto solo se ofrece al público con reservaciones previas siendo esto es un factor que limita el uso inmediato de este servicio para los turistas.

“En la parte de abajo hay un área de restaurante y barra que se usa para eventos, con reservación previa se le ofrece ese servicio, donde ellos mismo son los que ofrecen la atención, no está abierto a la hora que llega el cliente sino con reservaciones porque a veces está lleno y a veces no entonces trabajo de esa manera con reservas.” (F. Arce, comunicación personal, 17 de septiembre de 2025)

En la finca existen lugares de relajación para los visitantes ya sea al aire libre, se ofrece el senderismo, avistamiento de aves y pueden realizar camping donde el propietario proporciona el equipo necesario siendo este un gran atractivo recreativo para los turistas, con esto la infraestructura de apoyo refuerza la experiencia rústica en la finca y el contacto con la naturaleza aunque si se debe tener presente las mejoras en cuanto a la accesibilidad a estas áreas y la disponibilidad de los servicios para brindar una mejor atención a las personas que visitan la finca y la cabaña.

La cabaña actualmente es un claro ejemplo de un equilibrio entre la autenticidad natural, que puede atraer a diferentes turistas y las limitaciones presentes tanto en el mantenimiento, como en algunos aspectos de limpieza que requieren atención para garantizar mayor satisfacción y sostenibilidad.

- Condiciones de acceso y conectividad vial.

El acceso a la finca se caracteriza por ser bastante limitado y muy difícil de transitar, debido a que el camino atraviesa una zona montañosa y está bastante deteriorado en algunas partes, lo que en época de invierno lo vuelve peligroso y no permite la llegada de vehículos de bajo perfil. Estas condiciones generan una gran preocupación en los visitantes, como expresa el propietario

“A veces la gente se preocupa mucho por la accesibilidad porque los caminos son malos, no es una distancia muy larga, pero si esta malo, la gente siempre me pregunta cómo está el camino para ver si pueden llegar en carro bajo, entonces hay gente que está acostumbrada a andar en camino bueno y se quejan por el camino” (F. Arce, comunicación personal, 17 de septiembre de 2025)

La falta de señalización hacia la finca hace que sea más grande la dificultad de localizar y reduce la conectividad vial con otros destinos cercanos. Aunque la finca se encuentra a una distancia relativamente corta de Estelí, las malas condiciones del camino y la ausencia de señalización limitan la accesibilidad, lo que representa un desafío importante para atraer a un mayor número de turistas y consolidar su desarrollo turístico.

- Proyectos futuros de la finca:

Dentro de los proyectos futuros, el propietario contempla la construcción de cabañas de piedra con techo de vidrio, diseñadas para ofrecer a los visitantes una experiencia única de observación del cielo nocturno y las estrellas.

“La idea era construir dos cabañas, primeramente, construí esta de madera y después tuve la idea de una redonda de piedras y el techo de vidrio, para que los turistas observen el cielo, las estrellas y así atraer a más turistas y ese es el proyecto que tengo en mente” (F. Arce, comunicación personal, 17 de septiembre de 2025)

Esta iniciativa busca combinar el estilo rústico característico de la finca con un componente innovador y atractivo para el turismo de naturaleza. Además de diversificar la oferta, estas cabañas permitirán ampliar la capacidad de alojamiento y fortalecer el posicionamiento del lugar frente a la competencia, al brindar un servicio diferenciado orientado tanto al turismo nacional como extranjero.

Segundo criterio para evaluar, guía de observación: Servicios turísticos disponibles

- Hospedaje

En cuanto a la capacidad de alojamiento, La Casona cuenta con un alojamiento reducido pero funcional, conformada por tres habitaciones de las cuales 2 son de estilo matrimonial y una habitación equipada con una litera, estas, aunque son un poco limitadas ayudan a dar respuesta a la demanda creciente de turistas que buscan hospedaje en la zona.

El hospedaje en la finca tiene un costo de 500 córdobas por pareja durante 24 horas, lo cual es un precio accesible frente a la competencia regional, donde los precios suelen ser el doble de esa cantidad. Según el propietario esta política de precios responde al interés por ofrecer un servicio económico y de calidad, principalmente para el turismo nacional. Al tener una capacidad de alojamiento bastante reducida, limita la atención a grupos grandes o turistas que llegan en temporadas altas.

- Alimentación

El servicio de alimentación funciona bajo el sistema de reservaciones previas, de modo que los platillos se preparan únicamente cuando hay demanda confirmada. Esto permite un mejor control de insumos y evita pérdidas, pero también genera limitaciones para turistas que llegan de manera

espontánea. Los platillos destacan por su calidad y abundancia, siendo preparados con productos locales, y tienen precios competitivos: un plato fuerte cuesta 250 córdobas, frente a platillos que duplican esta cantidad o más que cobran otros restaurantes turísticos en la región.

El restaurante se ubica en la parte baja de la finca, junto a la barra, y funciona principalmente para eventos especiales, lo que confirma su carácter restringido. En este sentido, el servicio de alimentación constituye una fortaleza en calidad y precio, pero debe mejorar su disponibilidad y flexibilidad para responder a una mayor demanda.

- Atención al cliente

La finca es atendida por un equipo reducido de cinco personas, compuesto por dos encargados de cocina, una persona en limpieza y servicio, además del propietario y su esposa. Esta estructura garantiza una atención más personalizada y familiar, lo que es valorado por muchos turistas que buscan un ambiente cálido y cercano. Sin embargo, tanto en la entrevista como en la guía de observación se señala que no existe capacitación formal en hospitalidad ni atención al cliente, lo que limita la profesionalización del servicio.

La carencia de formación puede afectar la calidad de la experiencia, especialmente frente a turistas extranjeros o visitantes que esperan un servicio más estandarizado. A pesar de ello, la finca mantiene una identidad diferenciada, basada en la cercanía y el trato directo del propietario con los visitantes.

- Limitaciones en los servicios

Una de las principales limitaciones es la dependencia de las reservas previas, particularmente en alimentación y uso del restaurante. Esto reduce la capacidad de atender turistas que llegan sin planificación. Además, la finca cuenta con escasa publicidad en redes sociales, siendo Facebook la única herramienta utilizada, la cual no se actualiza de manera constante. Esta falta de visibilidad digital limita la llegada de nuevos turistas, en especial extranjeros. La combinación de baja difusión, capacidad reducida y atención bajo reservación hace que el proyecto dependa más de la publicidad boca a boca y de visitantes frecuentes, lo cual es una barrera para crecer de manera sostenida.

- Integración con pobladores

“He trabajado con la comunidad, porque esto es una cadena vienen turistas y van a comprar a las ventas de la comunidad de esa manera también se benefician y si necesitan un guía turístico se nombre a alguien de la comunidad y cobra esa parte, de igual forma hay gente que le gusta cabalgar como yo no tengo los caballos hablo con los que tienen y se les paga y así es una cadena se benefician las personas de la comunidad.” (F. Arce, comunicación personal, 17 de septiembre de 2025)

El propietario ha buscado integrar a los pobladores en la cadena de valor turística, lo cual se evidenció en la entrevista. Por ejemplo, cuando un turista solicita un paseo a caballo, se contrata a personas de la comunidad que tienen caballos, de manera que el beneficio económico se distribuye. También se promueve el consumo de productos locales y la participación de habitantes como guías comunitarios para los senderos. Esta integración permite que la actividad turística genere beneficios económicos en la comunidad, fortaleciendo el sentido de pertenencia y apoyo al proyecto. Este vínculo comunitario es percibido como un valor agregado que le da autenticidad a la experiencia.

- Relato de historia y personajes de la comunidad

“Cuando viene turistas a visitar la finca, hay algunos que se interesan por saber un poco sobre la cultura de la comunidad, en ese caso se busca a un señor que es el que ha estado desde que se fundó, les empieza a explicar la historia de la comunidad, los personajes más sobresalientes, el por qué se llama Venecia para siempre mantener la identidad, y así el turista se va y lleva con él una experiencia enriquecedora” (F. Arce, comunicación personal, 17 de septiembre de 2025)

Otro aspecto diferenciador de la finca es la incorporación de elementos culturales e históricos en la experiencia turística. El propietario cuenta que ellos llevan a un miembro de la comunidad a compartir con los visitantes el relato sobre la fundación de Venecia, sus personajes más importantes y el origen de su nombre. Esta práctica aporta un valor cultural y educativo al turismo, permitiendo que los visitantes no solo disfruten de la naturaleza, sino también se lleven una memoria de la identidad local. Este elemento cultural complementa la experiencia, diferenciándola de destinos que solo ofrecen paisajes sin contexto histórico.

- Falta de personal capacitado en atención al cliente y hospitalidad

La carencia de capacitación formal en el personal es una de las limitaciones más claras. Al momento de hacer la entrevista se evidencia que el personal está compuesto mayormente por miembros de la familia, sin formación en hospitalidad, servicio de alimentos o gestión turística. Aunque el trato es cercano y amable, lo cual es valorado en el turismo rural, la ausencia de competencias técnicas puede afectar la calidad en la atención, la presentación de los servicios y la resolución de problemas. Esto representa un área de mejora importante para fortalecer la competitividad de la finca.

- Tranquilidad y contacto directo con la naturaleza como atractivo principal

“Personalmente me diferencio por los costos, la atención y la tranquilidad que le ofrecemos a los turistas, ya que no hay mucho ruido, y lo único que los despiertan son los pájaros y para mí eso es muy bonito, la tranquilidad que brindamos, el contacto con la naturaleza y eso me diferencia, me identifica y siento que nos hace diferente a los demás sitios” (F. Arce, comunicación personal, 17 de septiembre de 2025)

La finca se encuentra rodeada de bosques de pino, cafetales y áreas protegidas, lo que la convierte en un espacio ideal para el contacto con la naturaleza. De acuerdo con la entrevista, es común observar flora y fauna silvestres, lo que constituye uno de los mayores atractivos para los visitantes. Con la guía de observación coincide en que la finca se destaca por el ambiente de tranquilidad y desconexión del ruido urbano, donde los únicos sonidos que despiertan a los turistas son el canto de los pájaros. Esta condición representa un valor diferenciador frente a los destinos masivos, consolidando a la finca como un espacio para el turismo de naturaleza, la relajación y la paz.

- Experiencia rústica y personalizada

El estilo rústico es la esencia del hospedaje y de la oferta turística en general. Según la entrevista, el propietario busca conservar el carácter rústico de las cabañas. La guía de observación confirma que la infraestructura es sencilla y de acceso limitado, lo que forma parte de la experiencia de desconexión que se ofrece. Sin embargo, la rusticidad también se traduce en limitaciones de comodidad (humedad, falta de equipamiento, acceso vial deficiente), lo que puede generar insatisfacción en algunos turistas. En conjunto, la experiencia rústica es su principal atractivo y diferenciador, pero requiere equilibrarse con mejoras básicas en confort y seguridad.

- Senderismo en tres áreas (bosque de pinos, cafetales, reserva de robles).

“Tenemos lo que es senderismo tenemos 3 áreas para senderismo, está el área que se mantiene las manadas de mono que para mí es atractivo hay bastante fauna y flora de hecho ahí hay una área de 15 manzanas que se mantienen en reserva porque ahí se encuentra el árbol roble encino que ese es como la comida favorita de los monos, ahí bajan los monos y amanecen ahí o pasan para arriba o bajan, también esta lo que es el bosque de Pinos y el área de cafetales que hay mucha gente que los ha visto solo en fotos lo que es un árbol de café y también tengo acá lo que son casitas de campaña puede quedarse en el área para camping, avistamiento de aves aquí mismo en la finca y en los 2 bosques se pueden observar las aves, y bastante lo que es fauna como el pizote solo, venados si ve bastante fauna.” (F. Arce, comunicación personal, 17 de septiembre de 2025)

El senderismo se establece como una de las principales atracciones turísticas de la finca, ya que dispone de tres zonas distintas para que los visitantes disfruten: el bosque de pinos, las plantaciones de café y la reserva de robles. Cada una de estas áreas permite un acercamiento directo a la naturaleza, así como la oportunidad de observar la abundancia de la flora y fauna local.

Asimismo, la experiencia de pasear por plantaciones de café que muchas personas solo han visto en imágenes, añade un valor único a la oferta turística, sin embargo a pesar del gran potencial que tiene esta actividad para enriquecer la experiencia de los turistas y fortalecer la imagen del destino, la promoción de estas rutas es escasa, ya que no se cuenta con una difusión regular en redes sociales ni en sitios especializados, esta falta de visibilidad ocasiona que muchos viajeros no conozcan los diversos senderos que existen, limitando así la oportunidad de atraer a un público más amplio, especialmente a turistas internacionales interesados en actividades de ecoturismo.

- Observación de la fauna existente en la finca

La finca la casona ofrece un notable potencial para la observación de animales, lo que representa uno de los elementos más valiosos de su oferta turística, entre las especies que se pueden ver, destacan los monos, numerosas variedades de aves, lo que convierte el sitio en un destino atractivo para el aviturismo; además de criaturas como los venados y pizotes, cuya existencia enriquece la experiencia de conexión con la naturaleza, esta variedad de fauna da una ventaja competitiva frente

a otros lugares, ya que permite que los visitantes gocen de recorridos guiados y experiencias típicas del ecoturismo.

No obstante, al igual que con las actividades de senderismo, la promoción de esta riqueza natural es débil, pues no se evidencia en la publicidad digital ni en material promocional actualizado, esto restringe la capacidad de captar turistas especializados, como observadores de aves o aquellos que buscan experiencias de turismo natural, dejando de lado un recurso de gran valor que podría fortalecer la posición de la finca en el mercado turístico, tanto a nivel nacional como internacional.

- Camping y experiencias de contacto directo con la naturaleza.

El camping ofrece una opción turística adicional que complementa lo que la finca tiene para ofrecer, enfocándose en las personas que desean una conexión más intensa y prolongada con la naturaleza, la oportunidad de pasar la noche en zonas de acampada proporciona a los visitantes una experiencia profunda, donde se aprecia la paz del entorno, la observación de animales y la belleza del paisaje de manera directa, en línea con las tendencias actuales del turismo ecológico y sostenible, esta clase de actividad no solo amplía la variedad de servicios, sino que también refuerza la singularidad del destino en comparación con otros lugares turísticos convencionales.

Es decir, al igual que otros atractivos locales, el camping no recibe la promoción adecuada en redes sociales y sitios especializados, lo que limita el conocimiento y la valoración de esta opción por parte de posibles turistas, como resultado, se pierde la oportunidad de atraer a un segmento creciente dentro del mercado turístico que está en busca de vivencias auténticas, sostenibles y cercanas al entorno.

- Organización de eventos en restaurante/bar con reservación previa.

La finca dispone en la parte baja de la cabaña un restaurante, principalmente diseñado para la realización de eventos mediante reservas anticipadas, este servicio añade un valor especial a la oferta, ya que permite celebrar ocasiones privadas, reuniones sociales y encuentros familiares en un entorno sereno y natural, enriqueciendo así la experiencia del turismo, sin embargo, al no operar como un restaurante abierto al público, su visibilidad se ve afectada, disminuyendo la oportunidad de atraer visitantes casuales que podrían llegar a ser clientes habituales.

Además, la falta de promoción de este servicio en redes sociales y en medios digitales limita que potenciales usuarios lo vean como una opción para sus actividades, desaprovechando un espacio que podría diversificar los ingresos y realzar la imagen del destino, en este contexto, aunque organizar eventos solo con reserva es una ventaja competitiva, su efecto actual es limitado por la carencia de estrategias.

Tercer criterio para evaluar, guía de observación: Promoción y difusión

- Uso de redes sociales (Facebook y WhatsApp)

Finca la casona actualmente se apoya exclusivamente en la red social de Facebook para su promoción, así mismo, a la hora de hacer una reservación, se contacta directamente con el propietario vía WhatsApp, lo que restringe su alcance y la variedad de su publicidad digital, de acuerdo con las observaciones y comentarios del propietario la utilización de la página es ocasional y no se renueva frecuentemente, lo que provoca que la información acerca de actividades, servicios o número de turistas no se difunda de manera oportuna a un público más diverso. Esto resulta en que la mayoría de los visitantes sean turistas locales, mientras que la entrada de extranjeros es limitada.

Cabe destacar que la falta de actualización en redes sociales hace que estos aspectos no se den a conocer con la fuerza necesaria para establecer la finca y la cabaña como un destino competitivo, la mayoría de los visitantes llega por recomendaciones o acuerdos con entidades como la Alcaldía o el INTUR, más que a través de esfuerzos propios en plataformas digitales.

Esta situación evidencia una dependencia de métodos de promoción tradicionales y una carencia de estrategias de marketing digital más organizadas, esto afecta el impacto en temporadas de baja afluencia, donde la finca podría atraer a más visitantes al diversificar el contenido en redes. Aunque la red social de Facebook es una herramienta accesible, su uso limitado y no estratégico impide maximizar el potencial de difusión que brindan las redes sociales para atraer más turistas y acceder a nuevos mercados.

En relación con la promoción se notó que la información visual y descriptiva disponible para los visitantes es escasa y poco actualizada, sobre todo en lo que respecta a imágenes, actividades y paquetes, a través de la guía de observación y la entrevista, se comprobó que las fotos que se comparten en redes sociales no representan el estado actual de la finca ni de la cabaña, tampoco

de las experiencias que se brindan, esto provoca una discrepancia entre lo que los turistas esperan y la realidad del servicio ofrecido, afectando la confianza y disminuyendo su atractivo en comparación con otras opciones turísticas de la región.

- Publicidad boca a boca como principal medio de difusión.

“No hago mucha publicidad en mis redes sociales, no actualizo las fotos o las actividades que se hacen o la afluencia de turistas que llega a la finca y a la cabaña por eso es que la mayoría de los visitantes son nacionales.” (F. Arce, comunicación personal, 17 de septiembre de 2025)

Con respecto a la promoción y divulgación de la finca, se determinó que el método principal para atraer turistas es de referencia personal es decir de boca a boca. No obstante, esta estrategia tiene sus limitaciones, puesto que se basa en las experiencias individuales de los clientes una recomendación positiva atrae a pocos, mientras que una experiencia negativa puede disuadir a un número mayor de posibles turistas.

Además, se observa una escasa renovación de contenido en las plataformas sociales y una falta de estrategias de marketing digital, lo que limita dar a conocer el lugar a una audiencia más amplia, especialmente a los visitantes internacionales, esta realidad indica que, aunque el boca a boca ha sido efectivo en cierta medida, no es suficiente para asegurar un posicionamiento turístico sólido y duradero.

- Apoyo de instituciones como Alcaldía, INTUR y MEFCA.

La finca ha tenido apoyo institucional lo cual es un recurso adicional en la promoción del destino, por medio de la colaboración de la alcaldía, el INTUR y el MEFCA, se han realizado charlas, talleres y espacios de trabajo en conjunto que de alguna forma han ayudado a dar a conocer el destino y a mejorar las habilidades locales y la participación de la comunidad, sin embargo esto ha sido ocasional y poco extensa, ya que carece de un plan de acción estratégico continuo que logre posicionar la finca en el sector turístico de una manera más amplia. A pesar de contar con apoyo institucional, la ausencia de continuidad y renovación disminuye su eficacia para atraer nuevos visitantes, especialmente en períodos de baja afluencia.

- Precios más accesibles en hospedaje y alimentación.

Una de las características que distingue a la finca de otros lugares turísticos en el área es la accesibilidad de sus tarifas, tanto para hospedarse como para la comida. El precio de una habitación es más asequible en comparación con otros lugares semejantes, y los platillos disponibles en el restaurante equilibran calidad, cantidad y costo, lo que genera una buena impresión entre los turistas, esta estrategia de precios accesibles favorece la llegada de viajeros locales y promueve el boca a boca como el medio principal de promoción.

No obstante, la falta de una adecuada estrategia de marketing digital impide que esta ventaja competitiva sea reconocida por un público más amplio, en especial por los turistas internacionales, quienes tienden a comparar alternativas antes de decidirse por un lugar, por lo tanto, aunque los precios son un punto fuerte para la finca y la cabaña su influencia en atraer visitantes es limitada.

Cuarto criterio para evaluar, guía de observación: Prácticas de sostenibilidad

- Sistema de aprovechamiento de agua de lluvia y reutilización en baños y jardines

La finca cuenta con un sistema artesanal de canales y pilas para recolectar agua de lluvia durante la temporada de invierno. Según relata el propietario en la entrevista, este recurso se utiliza en los baños y, posteriormente, se reutiliza en el riego de jardines y huertos medicinales. Esta práctica contribuye a un uso eficiente y sostenible del recurso hídrico, reduciendo la dependencia de otras fuentes de agua en verano. Aunque el sistema es básico, refleja un compromiso con la sostenibilidad y representa un ejemplo replicable de gestión ambiental en turismo rural.

- Reforestación con pinos y ciprés realizada por el propietario

“Cuando compré la finca, en este terreno antes se sembraba maíz y frijoles, entonces lo que hice fue que empecé a reforestar para hacer un área de pinos, esos yo los sembré, igual que los cipreses de la entrada, teniendo en mente el siempre conservar el medio ambiente ya que ese es el principal atractivo de la finca” (F. Arce, comunicación personal, 17 de septiembre de 2025)

Desde la adquisición de la finca, el propietario impulsó un proceso de reforestación voluntaria, sustituyendo áreas que antes se destinaban a cultivos de maíz y frijoles por plantaciones de pinos y ciprés. Este esfuerzo responde a la intención de conservar el medio ambiente y garantizar la protección de la fauna silvestre, especialmente los monos que se alimentan del roble encino. La

guía de observación confirma la presencia de bosques de pino y áreas en conservación, lo que no solo aporta al equilibrio ecológico, sino que también fortalece la oferta turística vinculada al senderismo y la observación de fauna. Esta acción constituye una práctica concreta de sostenibilidad ambiental, en línea con los objetivos de turismo responsable.

- Mantenimiento de 15 manzanas de reserva natural con robles encinos.

La finca alberga 15 manzanas destinadas a ser una reserva natural dedicada a la preservación del roble encino, que es esencial en el ecosistema local al servir de alimento y hogar a primates y otras especies, esta iniciativa demuestra un compromiso hacia prácticas sostenibles, ya que la conservación de estas áreas boscosas ayuda a cuidar la diversidad biológica y también a fomentar el turismo, permitiendo observar animales en su hábitat natural.

Además, la presencia de esta reserva aumenta el valor ecológico de la propiedad, ya que forma parte de un parque ecológico que fue reconocido en 2019, sin embargo, el cuidado y la protección de estos terrenos enfrenta dificultades debido al escaso control y atención de las autoridades y los visitantes, lo que podría perjudicar la conservación de especies vulnerables.

- La falta de implementación de energía renovable.

A pesar de los progresos en la preservación y gestión consciente de los recursos naturales, la propiedad no ha adoptado fuentes de energía renovables, lo cual limita sus métodos de sostenibilidad, la dependencia total en energía tradicional se opone a la dirección del turismo sostenible, donde los viajeros aprecian cada vez más los lugares que incluyen opciones limpias, la falta de estas soluciones tecnológicas disminuye la oportunidad de presentar la finca como un ejemplo completo de sostenibilidad y restringe su habilidad para destacarse de aquellos competidores que aplican prácticas energéticas más respetuosas con el medioambiente.

Sin embargo, la futura implementación de energías renovables se considera una oportunidad para mejorar la imagen ecológica del lugar, disminuir gastos operativos en el futuro y satisfacer las necesidades de un mercado turístico que valora experiencias responsables con el entorno.

- Conservación de áreas de bosque y fauna.

La finca la casona ha implementado iniciativas enfocadas en la protección de los bosques y la vida silvestre que allí habita, lo cual es una de sus prácticas más destacadas de sostenibilidad. Esto

refuerza el aspecto ecológico del lugar, estas acciones no solo ayudan a mantener el equilibrio ecológico y a proteger la diversidad de especies, sino que también se convierten en un punto de interés turístico que fomenta el ecoturismo y la observación de animales.

En consecuencia, la conservación enfrenta dificultades asociadas a la afluencia de visitantes y a la falta de supervisión constante, lo que en ocasiones perturba la paz de las especies, en este marco, la propiedad lleva a cabo un esfuerzo significativo en defensa del medio ambiente que solidifica su identidad sostenible, aunque requiere un mayor apoyo institucional y comunitario para asegurar la conservación a largo plazo y establecer su potencial como modelo de turismo responsable.

Tabla 1: Resumen de resultado: Situación actual de finca La Casona

Aspectos evaluados	Hallazgos principales	Aspectos positivos	Áreas de mejora
Situación actual	- Finca La Casona se encuentra en proceso de consolidación como destino turístico rural y de naturaleza. -Recibe visitantes nacionales, principalmente los fines de semana, para actividades de descanso, caminatas y observación del paisaje. - Carece de un plan estratégico turístico y de promoción sostenida.	-Entorno natural atractivo y tranquilo. -Buen potencial para turismo de aventura y ecoturismo. -Reconocimiento local por su ambiente familiar y contacto directo con la naturaleza.	-Falta de planificación turística formal. -Escasa promoción a nivel regional y nacional. -Poca diversificación de actividades y servicios
Infraestructura	-Cuenta con cabaña principal, restaurante, zonas de camping y senderos. - Presenta limitaciones en mantenimiento, señalización y accesibilidad.	-Espacios naturales amplios y atractivos. -Estructura rústica integrada al entorno. -Áreas destinadas a diferentes actividades recreativas.	-Deficiencias en mantenimiento y equipamiento. -Accesos difíciles y sin señalización. - No adaptada para personas con discapacidad.

Aspectos evaluados	Hallazgos principales	Aspectos positivos	Áreas de mejora
Servicios turísticos	-Brinda hospedaje limitado, alimentación bajo reservación, también las actividades de senderismo, avistamiento de aves, observación de fauna y camping. -Personal con poca capacitación formal.	-Atención personalizada. - Precios accesibles. -Vinculación con la comunidad local.	-Falta de formación turística del personal. -Poca promoción de actividades. -Servicios básicos insuficientes.
Promoción y difusión	- Promoción limitada en redes sociales (Facebook y WhatsApp). - Dependencia del boca a boca y apoyo institucional ocasional.	- Apoyo de instituciones locales (INTUR, Alcaldía). - Reputación positiva entre visitantes nacionales. - Política de precios competitivos.	- Poca presencia en plataformas turísticas. - Poca actualización de redes sociales. - Falta de estrategias de marketing digital.
Sostenibilidad ambiental	- Se desarrollan prácticas de conservación (reforestación, recolección de agua pluvial, cuidado de fauna). - No hay uso de energía renovable	- Fuerte compromiso ambiental del propietario. - Conservación del bosque y la biodiversidad local. - Reutilización de agua pluvial.	- Falta de energías limpias y manejo integral de desechos. - Monitoreo ambiental limitado.

Los principales desafíos y oportunidades que afectan el desarrollo turístico en la finca.

- **Análisis FODA**

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales (Raeburn, 2024, párr. 4).

Según el video publicado en Facebook sobre la comunidad de Venecia, ubicada 22 kilómetros al noreste de Condega, permite identificar diversas oportunidades que impulsan el desarrollo turístico local. En primer lugar, se observa la cooperación de una asociación finlandesa que apoyó la recuperación del albergue comunitario, lo cual constituye un punto de partida importante para fortalecer la infraestructura turística. Este tipo de apoyo refleja el interés de organizaciones internacionales en promover el turismo sostenible y comunitario, favoreciendo el crecimiento económico y social de la zona. Venecia Condega Estelí. (24 de septiembre de 2020). *Los primeros pasos del turismo rural en nuestro Venecia (Baúl de los recuerdos)* [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/v/1Jzovjh5Bn/?mibextid=wwXIfr>

Asimismo, la comunidad cuenta con una notable riqueza natural, destacando el salto El Chimborazo y las montañas de Cantagallo, que ofrecen escenarios ideales para el turismo de aventura y de naturaleza. La disposición de los pobladores para involucrarse en las actividades turísticas y la hospitalidad característica de la zona representan también una oportunidad para consolidar un modelo de turismo rural basado en la participación comunitaria.

Por otro lado, el video evidencia desafíos significativos que limitan el desarrollo turístico en Venecia. Entre ellos, se menciona la falta de una oferta turística claramente definida, lo que impide atraer visitantes de manera constante y dificulta la promoción del destino. A pesar de contar con infraestructura básica, aún se requiere mejorar las condiciones físicas, los servicios y la señalización, con el fin de ofrecer una experiencia más completa al turista. Otro desafío relevante es la escasa promoción y difusión del destino, ya que las actividades turísticas todavía no son ampliamente conocidas fuera de la comunidad.

Además, se identifica la necesidad de capacitar a los pobladores en atención al cliente, guianza turística y sostenibilidad ambiental, lo cual es esencial para brindar un servicio de calidad y preservar los recursos naturales del entorno.

La combinación de una belleza natural excepcional, el interés por involucrarse en el turismo y el apoyo externo recibido constituyen una base sólida para el desarrollo futuro. No obstante, para alcanzar un progreso sostenible, resulta indispensable superar los desafíos vinculados con la planificación, infraestructura y promoción. Solo mediante la articulación de estos elementos, Venecia podrá consolidarse como un destino atractivo dentro de la zona norte de Nicaragua, aprovechando plenamente su potencial natural y humano.

Con el análisis FODA se busca establecer una base sólida para la propuesta de un plan de acción y las distintas estrategias de planificación, que tienen como objetivo no solo incrementar el atractivo y visibilidad de la finca, sino también contribuir al desarrollo del turismo rural en la comunidad.

Ambas iniciativas turísticas enfrentan problemáticas comunes propias del contexto rural, como el mal estado de los caminos de acceso, la limitada conectividad y la escasa promoción digital. Sin embargo, su respuesta ante estos desafíos es diferente.

La Casita de Don César ha sabido posicionarse mejor gracias al mantenimiento de su infraestructura y al trato personalizado al visitante, a pesar que no invierte en publicidad pagada, su buena reputación se ha consolidado a través de las recomendaciones de los turistas y la fidelización de clientes recurrentes, la experiencia de alojamiento en este sitio se percibe como más íntima, familiar, acogedora y ordenada, lo que genera confianza y satisfacción, el propietario mantiene un enfoque orientado a la calidad más que al crecimiento, priorizando la conservación del espacio y el bienestar de los huéspedes sobre la expansión económica.

En cambio, Finca La Casona posee un mayor potencial de crecimiento turístico por su amplitud territorial y la diversidad de recursos naturales que ofrece (fauna, flora, senderismo, recorridos por cafetales, camping), pero enfrenta el reto de fortalecer su imagen y su posicionamiento competitivo. El limitado mantenimiento de sus instalaciones y la falta de una estrategia publicitaria constante hacen que la finca no alcance todo su potencial de atracción. Además, el propietario

reconoce que gran parte de los visitantes llegan por recomendaciones de boca a boca y no por medios digitales, lo cual limita su alcance ante un público más amplio.

A pesar de estas limitaciones, ambas iniciativas tienen grandes oportunidades para trabajar en conjunto con instituciones como el INTUR, el MARENA o el MEFCA, con el fin de mejorar la infraestructura, recibir capacitación técnica y fomentar la participación comunitaria. La alianza entre los actores locales podría convertirse en una herramienta clave para el desarrollo turístico sostenible de Venecia, siempre que exista una planificación coherente.

En cuanto a la entrevista con el promotor del turismo en la Alcaldía de Condega, nos comparten que se ha puesto en marcha varias iniciativas enfocadas en potenciar el turismo rural en la localidad de Venecia. Entre estas iniciativas, destacan la mejora de las rutas de acceso, la formación continua para los emprendedores y el apoyo técnico en áreas relacionadas con la atención al cliente, la manipulación de alimentos y la decoración de espacios utilizando recursos que tienen en sus iniciativas turísticas, estas medidas evidencian un compromiso institucional por mejorar la calidad de los servicios turísticos y fomentar el desarrollo de iniciativas sostenibles, tanto en áreas rurales como urbanas.

Adicionalmente, la promoción del turismo en la comunidad se lleva a cabo a través de ferias locales, las cuales ofrecen a los emprendedores la oportunidad de mostrar sus productos o servicios, así como a través de plataformas digitales, especialmente la página web oficial de la Alcaldía de Condega y las redes sociales de los emprendedores. En particular, se menciona que finca La Casona ha estado involucrada en estas actividades promocionales, donde han dado a conocer su café y sus atracciones naturales. No obstante, la visibilidad de Venecia aún está en desarrollo, en parte debido a la falta de interés o el escaso mantenimiento de la infraestructura turística, lo cual limita su competitividad frente a otros destinos dentro de la comunidad y el municipio.

Los principales retos identificados incluyen la infraestructura, sobre todo las condiciones de las vías de acceso durante la temporada de lluvias, que dificultan la llegada de turistas y afectan la imagen del destino, a pesar de que se realizan trabajos de mantenimiento dos veces al año, las inclemencias del tiempo siguen siendo un desafío frecuente. Además, se destacó la importancia de mejorar el cuidado de las instalaciones turísticas, en especial aquellas hechas de madera, ya que

su deterioro puede reducir el atractivo del lugar y en consecuencia disminuir el número de visitantes.

En un contexto diferente, las posibilidades de desarrollo están asociadas con la riqueza natural y paisajística de Venecia, que incluye atracciones como la laguna, El Fraile y los farallones, los cuales tienen un gran potencial para el turismo de naturaleza y aventura. Si se establecen colaboraciones entre las instituciones locales, los propietarios y la comunidad, Venecia podría convertirse en un destino turístico sostenible en el municipio. El promotor destaca que la clave está en “ver a Venecia tal como realmente es”, es decir, como un área con un enorme potencial para el turismo rural y ecológico, siempre que se fortalezcan las condiciones de infraestructura y se continúe el apoyo institucional.

Finca La Casona se desarrolla en un entorno con amplias oportunidades turísticas, pero enfrenta desafíos considerablemente grandes en cuanto a infraestructura, mantenimiento y promoción constante. La colaboración entre el gobierno local, los emprendedores y el Instituto Nicaragüense de Turismo es un aspecto esencial para superar estas limitaciones y aprovechar al máximo el potencial natural y cultural de la región.

Tabla 2: Matriz de análisis FODA

Fortaleza	Oportunidades
• Riqueza natural y paisajística • Oferta de actividades • Precios accesibles • Atmósfera de tranquilidad • Abundante biodiversidad • Cabaña ecológica • Gastronomía basada en productos frescos de la comunidad	• Crecimiento del turismo rural y ecológico en Nicaragua • Apoyo institucional • Posibilidad de diversificación • Ubicación estratégica • Tendencia hacia el turismo vivencial • Posibilidad de asociaciones con distintas agencias de viaje. • Generación de empleos y fomento de la economía local • Integración comunitaria
Debilidades	Amenazas
• Infraestructura turística limitada • Accesibilidad vial deficiente • Falta de promoción digital • Capacitación insuficiente del personal • Dependencia de reservas previas • Escasa visibilidad en comparación de otros destinos • Limitación de fondo para mejora y desarrollo de futuros proyectos	• Competencia con otros destinos rurales consolidados • Estacionalidad de la demanda • Riesgo ambiental • Impacto del boca a boca • Condiciones externas • Posible deterioro de los recursos naturales • Cambio extremo en el clima

En finca la Casona se identifica varias fortalezas entre ellas está la riqueza natural y paisajística: La finca cuenta con bosques de pinos, cafetales, áreas de camping y abundante fauna silvestre, lo que le da un gran atractivo para el turismo ecológico y de aventura, cuenta con senderismo en tres áreas distintas, avistamiento de aves, observación de fauna, hospedaje en cabañas y zona para acampar, el hospedaje es económico (500 córdobas por pareja), platillos de calidad a precios competitivos (250 córdobas), y paquetes turísticos con alimentación incluida a menor costo que en otros destinos, de igual manera el entorno natural y el contacto directo con la naturaleza ofrecen una experiencia diferenciada, alejada del ruido urbano.

En la finca siempre se promueve la participación de guías locales, con el arrendamiento de caballos a pobladores y consumo en negocios comunitarios, generando un beneficio compartido es un lugar con una gran abundante biodiversidad que enriquecen la experiencia de los visitantes y fortalecen el atractivo del ecoturismo, la cabaña tiene un diseño diferenciado que permite al turista una experiencia auténtica y personalizada, distinta a la oferta masiva de hoteles.

El crecimiento del turismo rural y ecológico en Nicaragua representa varias oportunidades para finca La Casona, ya que existe una tendencia creciente por parte de los turistas hacia destinos sostenibles y de naturaleza, esta ha recibido capacitaciones y promoción a través de la Alcaldía, el INTUR y el MEFCA, lo que puede aprovecharse para posicionarse mejor, de igual manera el propietario tiene proyectos en mente como la construcción de cabañas adicionales, incluyendo una de piedra con techo de vidrio para astroturismo, lo cual innovaría la oferta. Cuenta con una ubicación estratégica está cerca de Estelí (57 km), lo cual facilita el acceso a un mercado importante de visitantes nacionales y extranjeros.

La finca puede potenciar experiencias auténticas que combinen naturaleza, cultura e interacción con la comunidad, tiene la posibilidad de atraer turistas internacionales interesados en naturaleza y ecoturismo, generando empleos y fomentando la economía local, fortaleciendo el turismo como cadena de valor que beneficia a la comunidad.

“Uno de los desafíos más importantes que enfrento es como mantener siempre la afluencia de turistas, ya que los que llegan la mayoría son por publicidad de boca a boca o por amigos. Y esta casi comprobado de que una mala experiencia de una persona se pueden ir 20 personas y una buena experiencia lo más que llegan son 5, se van más por alguien con mala experiencia, es por eso que uno trata de mejorar y atender bien a las personas, porque si uno atiende mal no vuelven

los turistas y puedo publicar lo más bonito, pero si alguien le dice mira qué bonito y alguien con una mala experiencia habla mal ya se acaba el entusiasmo de ir al lugar.”(F. Arce, comunicación personal, 17 de septiembre de 2025)

En cuanto a las debilidades tiene una infraestructura limitada, de igual manera se evidencia la falta de señalización turística, escasez en los equipos de las habitaciones, deficiencias en limpieza y el mantenimiento constante de la cabaña. Los caminos de acceso están en mal estado, lo que genera quejas y dudas en los visitantes sobre la posibilidad de llegar en vehículos livianos, en cuanto a las redes sociales se hace uso exclusivo de Facebook y sin actualización constante de fotografías, actividades o eventos, lo que limita la visibilidad del destino, otro punto importante es que el equipo de trabajo es reducido (cinco personas) y carece de capacitación formal en atención turística y hospitalidad.

En finca la Casona se identificó amenazas como lo es la competencia con otros destinos rurales consolidados, ya que en Nicaragua existen otras fincas y comunidades rurales con mayor promoción y mejores condiciones de infraestructura. La mayor afluencia de turistas se concentra en diciembre, Semana Santa y vacaciones de julio, mientras que en otros meses como junio o septiembre la visita es baja, otro punto es que, al aumentar la demanda de visitantes, puede generar presión sobre los recursos naturales y la fauna si no se regula adecuadamente. El propietario reconoce que una mala experiencia de un visitante puede afectar seriamente la reputación, debido a la dependencia de recomendaciones personales.

De igual manera finca la Casona tiene otros factores como el deterioro de caminos rurales por temporada lluviosa o la falta de inversión pública en la zona, esto puede limitar la llegada de turistas, asimismo se corre el riesgo de afectación por visitantes no regulados y variaciones en las estaciones y fenómenos naturales que pueden afectar cultivos, senderos y disponibilidad de agua.

En cuanto al desarrollo turístico, este consiste en crear y mantener una industria turística sostenible en un lugar, región, país o parte del mundo en particular. Esto significa que las prácticas turísticas deben poner énfasis en la sostenibilidad ambiental, la preservación cultural y los beneficios sociales y económicos a largo plazo. (Barten, Revfine, 2024)

Finca La Casona actualmente carece de un desarrollo turístico bien organizado y sostenible, lo que representa una de sus principales debilidades en su administración, a pesar de tener un entorno

natural excepcional, una oferta que se basa en productos de la región y un considerable potencial para el ecoturismo y el turismo rural, la finca no ha conseguido establecerse como un destino atractivo en el mercado turístico local.

Entre los aspectos que han frenado su desarrollo se incluyen la falta de estrategias de planificación y un plan de acción estratégico de igual manera la ausencia de promoción y presencia en medios digitales y la falta de colaboraciones estratégicas con instituciones o compañías turísticas que mejoren su visibilidad.

Esto ha traído como consecuencia una escasa afluencia de visitantes y una integración débil de la comunidad en las diferentes actividades turísticas, lo que disminuye considerablemente las oportunidades de desarrollo económico y social en la zona.

Ante esta situación, al aplicar el análisis FODA se evalúa de manera objetiva las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que influyen en el desempeño turístico de la finca. A través de este diagnóstico obtenido, se identificaron algunos de los aspectos internos como infraestructura turística limitada y la poca capacitación del personal que deben mejorarse y las oportunidades externas que pueden aprovecharse, con el fin de diseñar estrategias orientadas al fortalecimiento de la gestión turística.

La matriz de análisis FODA realizado para Finca La Casona muestra que a pesar de las carencias en infraestructura, promoción y capacitación, la finca se ubica en una situación favorable para el impulso del turismo rural y sostenible en Nicaragua, esto crea una oportunidad importante para convertir sus debilidades en ventajas competitivas, siempre que se administre adecuadamente los recursos disponibles y se utilicen los apoyos institucionales.

Uno de los principales desafíos es la infraestructura turística limitada y la mala calidad de las vías, factores que impactan directamente en la comodidad de los visitantes y en la llegada continua de turistas. Sin embargo, hay oportunidades de apoyo institucional y la creación de alianzas estratégicas con entidades como el INTUR y administraciones locales, que apoyan el desarrollo del turismo sostenible en zonas rurales. Aprovechar estos programas podría facilitar la mejora de las vías, la renovación de las instalaciones y la expansión de la oferta de servicios turísticos.

Además, la escasez de promoción en línea se presenta como un obstáculo destacado en un contexto donde la presencia en redes sociales y plataformas turísticas influye en gran medida en el número de visitantes. No obstante, el auge del turismo rural y ecológico en el país, junto con la creciente tendencia hacia el turismo experiencial, presenta la oportunidad de establecer a la finca como un destino auténtico y de conexión directa con la naturaleza, una estrategia de marketing digital centrada en redes sociales y colaboraciones con agencias locales podría aumentar su visibilidad sin necesidad de una gran inversión.

Otro aspecto importante es la escasa capacitación del personal, que a veces limita la calidad de los servicios ofrecidos. Frente a esto, las oportunidades de generar empleo y fomentar la economía local pueden aprovecharse mediante programas de formación en atención al cliente, guías turísticos y el manejo sostenible de los recursos. De esta manera, la finca no solo elevaría su nivel de servicio, sino también fortalece la participación de la comunidad, convirtiéndose así en un modelo de turismo inclusivo y responsable.

En cuanto a las amenazas, la competencia con otros destinos rurales consolidados se puede compensar mediante la diversificación de la oferta y la creación de experiencias personalizadas, como los recorridos interpretativos o talleres ecológicos. Asimismo, por su ubicación estratégica y precios accesibles se tiene ventajas comparativas, que pueden atraer tanto a visitantes nacionales como extranjeros interesados en experiencias naturales y sostenibles.

Teniendo en cuenta las subvariables de investigación se destaca que la finca genera un impacto socioeconómico positivo, aunque todavía limitado por la falta de planificación estratégica y la débil promoción del destino. Esta iniciativa ha contribuido a dinamizar la economía local mediante la generación de empleos temporales y la participación de la comunidad, especialmente en servicios complementarios como la guianza, el arriendo de caballos y la gastronomía local.

Esta vinculación directa entre los pobladores y las actividades turísticas fortalece la cadena de valor comunitaria, ya que los ingresos derivados del turismo se distribuyen entre varios actores locales. Sin embargo, el impacto sigue siendo mínimo, debido a la baja afluencia de visitantes fuera de las temporadas altas y la dependencia del turismo nacional.

En cuanto a la oferta turística, la finca ofrece experiencias de ecoturismo y turismo de aventura, con senderismo, avistamiento de aves, camping y gastronomía local a precios accesibles. No

obstante, su oferta sigue siendo poco diversificada y con escasa promoción digital, lo que reduce su competitividad frente a otros destinos. Aprovechando la tendencia creciente del turismo rural y ecológico, la finca puede ampliar su oferta con actividades innovadoras y sostenibles que atraigan a nuevos visitantes.

A su vez, la gestión actual carece de una planificación formal y de estrategias claras de promoción, capacitación y mantenimiento. Esto limita el crecimiento y la proyección de la finca en el mercado turístico. Sin embargo, con una mejor organización interna y alianzas con instituciones públicas, es posible mejorar la infraestructura, profesionalizar al personal y aplicar estrategias de marketing que fortalezcan su posicionamiento como destino rural sostenible.

Finalmente, el riesgo ambiental y el posible deterioro de los recursos naturales deben verse no solo como amenazas, sino, como un llamado a fortalecer las acciones de conservación que ya se realizan en la finca, promoviendo así su imagen de un espacio comprometido con la reforestación y el cuidado del entorno, transformando estas acciones como un atractivo turístico adicional, alineado con las nuevas demandas de sostenibilidad del mercado.

Plan de acciones estratégicas para la gestión turística y sostenible en finca La Casona

De acuerdo con la guía de observación y entrevista realizada al propietario de La Casita de Don Cesar, se hizo el análisis y comparación en cuanto a la planificación, la gestión y la sostenibilidad en ambos negocios.

En cuanto a la planificación, ninguna de las dos iniciativas encontradas cuenta con un plan de acción formal, sin embargo, la diferencia está en la percepción de cada propietario en cuanto a la importancia y la necesidad de ponerla en práctica.

Por un lado, tenemos a Don César que su proyecto está en una etapa estable, pero, no busca incrementar ni expandir su negocio. Este se basa en la autogestión y la satisfacción personal en ofrecer un espacio tranquilo y una atención de calidad, así mismo como la ayuda a la comunidad, más que la búsqueda de ganancias económicas. Aun así, sus prácticas experimentales en cuanto a la agricultura son una gran evidencia de una visión sostenible y una gestión responsable, que, sin documentar, contribuyen a la conservación del entorno y la buena imagen del negocio.

Y, por otra parte, tenemos a Don Fernando, propietario de finca La Casona, que reconoce la importancia de contar con un plan estratégico y su evidente interés en elaborarlo. Al igual que Don César este se basa en la autogestión, en cambio, este si busca un incremento en la visibilidad de su negocio, teniendo igual una visión sostenible y amigable con el entorno.

En este sentido, se puede concluir que la planificación estratégica es un elemento de suma importancia para alcanzar la sostenibilidad turística. Ambos negocios buscan generar un impacto positivo en la satisfacción del visitante y en la reputación de sus negocios, Don César al no querer implementar un plan, prefiere seguir usando sus métodos como lo ha hecho hasta el día de hoy, en cambio, en finca la Casona necesita formalizar su gestión mediante un plan que integre el mantenimiento preventivo, la promoción digital y la diversificación de servicios sostenibles, al tener como meta aumentar su visibilidad.

Ambos casos reflejan que la comunidad de Venecia posee un alto potencial para consolidarse como destino turístico rural, siempre que los proyectos locales trabajen de manera planificada, coordinada y comprometida con la sostenibilidad ambiental y el desarrollo económico local.

EJE 1: MEJORA DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Objetivo:

Hay que asegurar que la finca disponga de una infraestructura operativa, segura y sustentable, que enriquezca la experiencia del turista y fomente un turismo responsable.

Acciones principales:

- Llevar a cabo un análisis técnico sobre el estado actual de la infraestructura.
- Modernizar cabañas, baños y áreas comunes utilizando materiales sostenibles.
- Mejorar los accesos y crear senderos naturales con señalización.
- Implementar soluciones ecológicas: energía solar, reciclaje y tratamiento de aguas residuales.
- Instalar zonas de descanso y miradores naturales.
- Crear un mapa turístico que incluya rutas y atracciones de la finca y la comunidad.
- Buscar apoyo de la Alcaldía y el INTUR para el cuidado de caminos y señalización.

Resultados anticipados:

- Infraestructura renovada, segura y utilizable.
- Mejoras en la accesibilidad tanto interna como externa.
- Una experiencia turística más placentera y sostenible para los visitantes.

Aportes:

Esta estrategia contribuye a elevar la calidad de la experiencia turística y la competitividad de la finca, ya que, al mejorar la accesibilidad, crear senderos naturales señalizados y optimizar los servicios básicos, se enriquece la visita. Además, al buscar apoyo de la Alcaldía e INTUR y crear un mapa turístico, se asegura la sostenibilidad a largo plazo y se fomenta activamente un modelo de turismo responsable que garantiza beneficios tanto para el visitante como para el entorno natural y la comunidad.

EJE 2: FORMACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD

Objetivo:

Reforzar las capacidades y la participación de la comunidad en el desarrollo de un turismo sostenible, generando empleo e identidad local.

Acciones

- Implementar programas de capacitación continua en servicio al cliente, guianza turística y sostenibilidad.
- Formar un Comité Local de Turismo Sostenible para coordinar acciones entre la propiedad y la comunidad.
- Instruir en prácticas ecológicas, gestión ambiental y seguridad en turismo.
- Promover las iniciativas de negocios locales (artesanías, gastronomía, guías turísticos).
- Establecer acuerdos con organizaciones (INTUR, MARENA, INATEC, universidades).
- Fomentar la inclusión de mujeres y jóvenes en actividades turísticas.
- Organizar intercambios de experiencias con otras fincas sostenibles.

Resultados anticipados:

- Comunidad capacitada y organizada en turismo sostenible.
- Creación de empleo local y nuevos negocios turísticos.
- Mayor sentido de pertenencia e identidad comunitaria.

Aportes:

Es así como estas acciones aportan fundamentalmente a la creación de un ecosistema de capacidades locales, a través de la formación continua en servicio al cliente, guianza y sostenibilidad, instruyendo a la comunidad en prácticas ecológicas y gestión ambiental. A su vez, la estrategia contribuye al Propósito de generar empleo e identidad, promoviendo la inclusión de mujeres y jóvenes, impulsando negocios locales (artesanías, gastronomía) y, en última instancia, logrando que la comunidad esté capacitada, organizada y tenga un mayor sentido de pertenencia, asegurando así que los beneficios económicos del turismo sostenible se arraiguen y perpetúen en el territorio.

EJE 3: VALORACIÓN CULTURAL Y EXPERIENCIA TURÍSTICA INTEGRAL

Objetivo:

Consolidar una oferta turística que sea cultural, educativa y sostenible, reflejando la historia, costumbres y valores de la comunidad.

Acciones:

- Incluir la gastronomía tradicional y productos locales en la oferta turística.
- Establecer rutas culturales y senderos interpretativos con un enfoque histórico y natural.
- Organizar festivales culturales y ferias artesanales de manera anual.
- Crear un espacio interpretativo que muestre la historia y cultura local.
- Promover talleres prácticos (preparación de café, platos típicos, productos agrícolas).
- Fomentar la venta de artesanías y productos elaborados por la comunidad.
- Diseñar paquetes turísticos que integren naturaleza, cultura y sostenibilidad.

Resultados anticipados:

- La finca es reconocida como un destino cultural y experiencial.
- Aumento en el tiempo de estancia de los visitantes.
- Revalorización de las tradiciones locales y mayor orgullo cultural.

Aportes:

La estrategia contribuye de manera significativa al Propósito de reflejar los valores de la comunidad, al tiempo que genera valor económico, pues al promover talleres prácticos y fomentar la venta de artesanías, se impulsan negocios locales. En última instancia, el eje asegura que la finca sea reconocida como un destino cultural y experiencial, logrando un aumento en el tiempo de estancia de los visitantes y una profunda revalorización de las tradiciones y el orgullo cultural de la comunidad.

EJE 4: PROMOCIÓN, MARKETING Y POSICIONAMIENTO TURÍSTICO

Objetivo:

Establecer la finca La Casona como un sitio de turismo rural sostenible, elevando su perfil y captando nuevos segmentos de mercado.

Acciones

- Crear una identidad de marca turística con un logotipo único, paleta de colores y un lema distintivo.
- Desarrollar un sitio web que incluya información relevante, una galería de imágenes y un sistema de reservas.
- Aplicar estrategias de mercadeo digital en plataformas sociales.
- Generar material promocional respetuoso con el medio ambiente (videos, folletos en formato digital).
- Forjar acuerdos con operadores turísticos, agencias de viaje y medios de comunicación.
- Participar en ferias y festivales de turismo organizados por INTUR.
- Fomentar campañas de turismo responsable con un componente educativo.

Resultados anticipados:

- Aumento de la visibilidad de la finca en plataformas digitales y en ferias de turismo.
- Aumento en la llegada de visitantes tanto nacionales como internacionales.
- Reconocimiento como un destino rural verdadero y sostenible.

Aportes:

Su aporte fundamental reside en la construcción y comunicación de una identidad de marca sostenible única, que se materializa a través de la creación de un logotipo y un lema distintivo. Este eje transforma la oferta de la finca en un producto accesible. En su contribución general, la estrategia asegura la expansión del alcance, al forjar acuerdos con operadores turísticos y participar en ferias de INTUR. De igual manera, al generar material promocional respetuoso con el ambiente y fomentar campañas con un componente educativo, este eje no solo busca aumentar la llegada de visitantes nacionales e internacionales, sino que culmina en el reconocimiento de la finca como un destino verdadero y sostenible.

EJE 5: PROTECCIÓN AMBIENTAL Y SOSTENIBILIDAD

Objetivo:

Proteger los recursos naturales de la finca a través de acciones sostenibles que fomenten la conservación del entorno y el bienestar de la comunidad.

Acciones:

- Implementar un Plan de Manejo Ambiental (reciclaje, compostaje, conservación de agua y energía).
- Establecer un centro ecológico para la clasificación de desechos.
- Organizar campañas comunitarias de limpieza y reforestación.
- Instalar paneles solares y sistemas de eficiencia energética.
- Fomentar programas de turismo verde con los visitantes (plantación de árboles).
- Realizar talleres de educación ambiental para visitantes y personal.
- Obtener certificaciones ambientales (INTUR, MARENA).

Resultados anticipados:

- Ecosistema protegido y disminución de impactos negativos.
- Participación activa en iniciativas de protección ambiental.
- Reconocimiento por prácticas de turismo ecológico responsable.

Aportes:

La estrategia contribuye al propósito de fomentar la conservación, logrando un ecosistema protegido y disminución de impactos negativos. Su aporte primordial reside en la implementación de un sistema de gestión ambiental riguroso, lo cual se evidencia en la aplicación de un Plan de Manejo Ambiental que incluye reciclaje, compostaje y la conservación de agua y energía. Finalmente, la búsqueda de certificaciones ambientales asegura el reconocimiento de la finca como un destino de turismo ecológico responsable, consolidando su compromiso con la sostenibilidad.

EJE 6: ORGANIZACIÓN, MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO

Objetivo:

Asegurar una gestión turística bien estructurada, eficaz y sostenible a través de revisiones periódicas, constante mejora y responsabilidad.

Acciones:

- Elaborar un Plan Anual de Operaciones (POA) con objetivos y plazos establecidos.
- Definir indicadores de desempeño en turismo y medio ambiente.
- Preparar informes trimestrales sobre los avances de la estrategia.
- Realizar reuniones regulares del comité turístico para examinar y ajustar el plan.
- Crear un sistema digital para registrar visitas, ingresos y evaluaciones.
- Fomentar auditorías participativas con instituciones y miembros de la comunidad.
- Ajustar y actualizar estrategias según los resultados obtenidos.

Resultados anticipados:

- Gestión turística eficiente y estructurada.
- Mejor control y seguimiento de los objetivos establecidos.
- Transparencia en la gestión y mejora continua del proyecto.

Aporte:

Este eje transforma la gestión al crear un sistema digital para registrar ingresos y evaluaciones, y al promover la participación comunitaria mediante auditorías participativas. En su conjunto, la estrategia contribuye al Propósito de una gestión turística estructurada, logrando un mejor control y seguimiento de los objetivos establecidos. Finalmente, mediante las reuniones regulares del comité turístico y el ajuste constante de estrategias, se garantiza la viabilidad a largo plazo del modelo y la transparencia en la ejecución del proyecto.

Tabla 3: Plan de acciones estratégicas

Ejes estratégicos	Objetivo	Acciones principales	Resultados esperados	Responsables	Plazo
Mejoramiento de la infraestructura y servicios de turismo.	Asegurar instalaciones prácticas y ecológicas	Evaluación, renovaciones, señalización, energía solar, senderos	Infraestructura actualizada, segura y sostenible	Propietario, municipalidad, INTUR	6 – 12 Meses
Capacitación y participación de la comunidad	Estimular habilidades locales y empleos sostenibles	Talleres, grupos local, convenio, emprendimiento	Comunidad formada y empleada	INTUR, INATEC, comunidad	12 meses
Valorización cultural y experiencia turística	Reforzar la identidad y generar experiencia genuina	Festivales, ferias, recorridos culturales, sala de interpretación	Finca reconocida como destino cultural	Finca, comunidad, alcaldía	1 año
Marketing y promoción	Posicionar el lugar como un destino sostenible	Identidad de marca, sitio web, redes sociales, campaña, feria	Aumento en la cantidad de visitante y presencia en línea	Finca, INTUR, agencia	6- 12 meses
Conservación ambiental y sostenibilidad integral	Proteger el entorno natural y disminuir impactos	Plan ambiental, reciclaje, reforestación, energía solar	Ecosistema protegido, finca ecológica	Finca, MARENA, comunidad	Permanente
Planificación, seguimiento y evaluación del desarrollo turístico	Asegurar la sostenibilidad y la mejora continua	Plan operativo, indicadores, reportes, reuniones	Gestión estructurada y resultados cuantificables	Comité local, INTUR	Permanente

El plan de acciones estratégicas para Finca La Casona busca fortalecer su gestión turística y sostenible mediante cuatro ejes clave. En cuanto al marketing turístico, se plantea crear una identidad de marca y mejorar la promoción digital y presencial del destino, con el fin de aumentar su visibilidad y atraer visitantes interesados en el turismo rural sostenible.

Respecto a la sostenibilidad turística, las acciones se orientan a la conservación del entorno natural mediante el uso de energía solar, reciclaje, reforestación y educación ambiental, garantizando que las actividades turísticas sean responsables y de bajo impacto.

En capacitación y participación comunitaria, se promueve la formación de la población local en temas de turismo, atención al cliente y sostenibilidad, impulsando el empleo, los emprendimientos locales y el sentido de pertenencia de la comunidad en el desarrollo del proyecto.

Finalmente, en gestión y planificación estratégica, se propone formalizar la organización de la finca mediante planes operativos, indicadores y evaluaciones continuas, asegurando una administración más eficiente, transparente y sostenible a largo plazo.

11. Conclusiones

Para finalizar se concluye que el estado actual de la finca y la cabaña necesita de inversión en la mejora estética, específicamente en pintura y barnizado, y al mismo tiempo mejorar la percepción de limpieza y cuidado por parte de los visitantes. Estas acciones son necesarias para garantizar la durabilidad de la infraestructura y mantenerla en óptimas condiciones frente al desgaste natural.

El desarrollo turístico en Finca La Casona enfrenta desafíos relacionados con la infraestructura, la promoción y la gestión sostenible, lo que limita su competitividad. Sin embargo, existen amplias oportunidades gracias a su riqueza natural, el interés por el turismo rural y la participación comunitaria. Con una planificación estratégica y el fortalecimiento de capacidades locales, la finca puede consolidarse como un destino sostenible que contribuya al desarrollo económico y social de la comunidad.

Los principales desafíos del desarrollo turístico en Finca La Casona se relacionan con la limitada infraestructura, la promoción digital insuficiente y la dependencia de la demanda estacional. No obstante, las oportunidades vinculadas al turismo rural y ecológico ofrecen un alto potencial para fortalecer su sostenibilidad y dinamizar la economía local mediante una gestión planificada.

En consecuencia, el creciente interés por el turismo rural presenta una gran oportunidad para impulsar el desarrollo turístico del negocio, no obstante, es necesario tomar medidas ante la amenaza que representan otros destinos rurales consolidados, de igual forma la estacionalidad de la demanda y los riesgos ambientales.

En este sentido la finca debe enfocar sus esfuerzos hacia la mejora de su infraestructura, el fortalecimiento de su promoción y la capacitación del personal, todo esto con el fin de aprovechar las ventajas competitivas y consolidarse como un destino sostenible y atractivo tanto a nivel nacional como internacional.

Por lo tanto, el plan de acción propuesto para Finca La Casona orienta estrategias clave hacia la sostenibilidad, la mejora de la infraestructura, servicios y la promoción responsable. Es así que mediante la implementación de acciones estratégicas en cuanto a la planificación y sostenibilidad finca La Casona tendrá un mejor desarrollo turístico, fortaleciendo la identidad rural del destino y contribuir al desarrollo económico y ambiental de la comunidad.

12. Recomendaciones

En cuanto al trabajo de investigación realizado en finca la casona se sugieren recomendaciones al propietario que contribuirán al desarrollo turístico y sostenible de la finca:

- Mejorar las rutas de acceso y poner en marcha una señalización adecuada que ayude a los visitantes a orientarse dentro y fuera de la finca.
- Hacer mantenimiento regular que asegure la preservación de las cabañas y las áreas comunes.
- Crear un sitio web oficial y mejorar la presencia en redes sociales como herramienta para difundir y promocionar la oferta turística.
- Formar alianzas estratégicas con agencias de viajes y plataformas digitales para aumentar la visibilidad del destino.
- Poner en marcha programas de capacitación continua para el personal en aspectos esenciales como atención al cliente, gestión ambiental y conservación cultural.
- Dar prioridad a la contratación de trabajadores locales como una estrategia para apoyar la economía de la comunidad.

13. Bibliografía

- Arróliga Montenegro, C. A., & Zamora Jarquín, F. (26 de Noviembre de 2020). Universidad Nacional Agraria, Nicaragua . Retrieved 9 de Mayo de 2025, from Turismo rural Comunitario: una alternativa para el desarrollo socioeconómico de la comunidad El Ostional, San Juan del Sur, Rivas, Nicaragua.: <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.5377/calera.v20i35.10448>
- Arróliga Montenegro, C. A., & Zamora Jarquín, F. J. (2020, Noviembre 26). Central American Journals Online. (U. N. Agraria, Ed.) Retrieved abril 02, 2025, from El turismo rural comunitario es una alternativa social y económica al turismo tradicional.: <https://doi.org/10.5377/calera.v20i35.10448>
- Babbar, R. (8 de febrero de 2024). tboacademy. Retrieved 11 de mayo de 2025, from Planificación Turística: Importancia, Beneficios, Tipos y Niveles: <https://www.tboacademy.com/blog/tourism-planning/>
- Barquero, A. V. (1999). Desarrollo, redes e innovación (ilustrada ed.). Madrid: Pirámide. Retrieved Mayo 9, 2025.
- Barten, M. (06 de Junio de 2024). Revfine. Retrieved 25 de abril de 2025, from Beneficios del desarrollo turístico sostenible: <https://www.revfine.com/es/desarrollo-turismo-sostenible/#:~:text=El%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20se%20refiere,sostenibilidad%20ambiental%2C%20cultural%20y%20econ%C3%B3mica>
- Barten, M. (6 de Junio de 2024). REVFINE. Retrieved 11 de mayo de 2025, from 6 Beneficios del Desarrollo Turístico Sostenible: <https://www.revfine.com/es/desarrollo-turismo-sostenible/>
- Barten, M. (5 de Enero de 2025). REVFINE. Retrieved 10 de Mayo de 2025, from Tendencias del turismo: las últimas oportunidades para la industria turística en 2025: <https://www.revfine.com/es/tendencias-del-turismo/#:~:text=Mantenerse%20al%20d%C3%ADa%20con%20estas,la%20pandemia%20de%20COVID%2D19>
- Bernal escoto, B. E., Rossete, K., & Cabada, M. (01 de julio de 2019). ResearchGate. Retrieved 11 de septiembre de 2025, from <https://share.google/IB04IVsZ9YdbYun0k>
- Blasco Mira, J. E., & Pérez Turpín , J. A. (2007). METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN LAS CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE: AMPLIANDO HORIZONTES. Retrieved mayo 16, 2025, from <http://hdl.handle.net/10045/12270>
- Blog turismo. (22 de diciembre de 2020). Ostelea. Retrieved 10 de mayo de 2025, from Redes sociales y turismo: estrategias clave de marketing turístico: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/redes-sociales-y-turismo-estrategias-clave-de-marketing-turistico>

- Brundtland, G. H. (2024). Los 3 pilares de la sostenibilidad: medioambiental, social y económico. enel. Retrieved 11 de mayo de 2025, from <https://www.enel.com/es/nuestra-compania/historias/articles/2023/06/tres-pilares-sostenibilidad>
- Bustillo, I. (15 de enero de 2024). BIMAP. Retrieved 10 de mayo de 2025, from El Poder del Clic: Estrategias de Posicionamiento para Destinos Turísticos: <https://bimap.company/el-poder-del-clic-estrategias-de-posicionamiento-para-destinos-turisticos/>
- Castillo, M. R. (2021). Importancia de un plan de desarrollo turístico en la planificación de actividades turísticas del cantón Ventanas, año 2021. Ecuador: Universidad Técnica de Babahoyo. Retrieved 07 de Abril de 2025, from <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11099>
- Centomo, M. (s.f.). Antropología y turismo: ¿Nueva horda, viejas culturas? En A. Santana. Ariel . Retrieved 11 de septiembre de 2025 .
- CEUPE, A. (s.f.). Ceupe EuropeanBusinessSchool. Retrieved 10 de mayo de 2025, from Turismo: <https://www.ceupe.com/blog/servicios-turisticos.html>
- Cisneros Polanco , B. C., & Talavera Ramos, J. W. (2017, Enero). Mercadeo de servicio. Retrieved mayo 10, 2025, from Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua UNAN-Managua: <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/4262/1/17772.pdf>
- Cisneros Polanco, B. C., & Talavera Ramos, J. W. (2017, Enero). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua UNAN-Managua. Retrieved Mayo 10, 2025, from Mercadeo de servicio: <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/4262/1/17772.pdf>
- Cisneros, A. J. (2023). La Conectividad Vial, un concepto fundamental para una mejor movilidad en la ciudad. IMPLAN. Retrieved 10 de Mayo de 2025, from <https://treimplan.gob.mx/blog/2023/la-conectividad-vial-mejor-movilidad-nov-2023.html#:~:text=De%20lo%20anterior%20deriva%20el,puntos%20de%20origen%20y%20destino>
- Comisión Nacional de Educación, N. (2024). Estrategia Nacional de Educación en todas sus Modalidades “Bendiciones y Victorias” 2024-2026. Managua. Retrieved 11 de mayo de 2025, from https://www.tecnacional.edu.ni/media/estrategiaseducacionnacional/Estrategia_Nacional_de_Educaci%C3%B3n22-07-24_compressed.pdf
- Conde Pérez, E. M., Covarrubias Ramírez, R., & Carreón Fernández, A. I. (2010). EVALUACIÓN DEL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE UN DESTINO, CASO MANZANILLO, MÉXICO. Revista de investigación en turismo y desarrollo local, 3(8). Retrieved 10 de mayo de 2025, from <https://www.eumed.net/rev/turydes/08/prf.htm>
- CSUCA. (2020, Octubre 02). UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE NICARAGUA (UNA). Retrieved Abril 02, 2025, from El turismo rural y comunitario, un nuevo paradigma de desarrollo sostenible: <https://redcomunica.csuca.org/index.php/universidad->

nacional-agraria-de-nicaragua-una/el-turismo-rural-y-comunitario-un-nuevo-paradigma-de-desarrollo-sostenible/

- Daniel Hoe. (25 de abril de 2023). Salesforce LATAM Blog. Retrieved 10 de mayo de 2025, from Estrategia de Marketing: ¿por qué es importante y cómo elaborarla?: <https://www.salesforce.com/mx/blog/estrategia-de-marketing/#:~:text=Para%20el%20padre%20del%20Marketing,intercambio%20de%20productos%20y%20valores%E2%80%9D>
- ESCUELA DE TURISMO RURAL. (2025). Retrieved 6 de Mayo de 2025, from Innovación y sostenibilidad en negocios de turismo rural: <https://escueladeturismorural.co/tendencias-actuales-en-el-turismo-rural-2025/>
- Esic. (Septiembre de 2023). ESIC Business & Marketing School. Retrieved 11 de septiembre de 2025, from Plan de acción de una empresa: para qué sirve y tipos: <https://www.esic.edu/rethink/business/plan-de-accion-de-una-empresa-para-que-sirve-tipos-c>
- Fara, E. (15 de septiembre de 2024). El periódico del Turismo. Retrieved 10 de mayo de 2025, from Marketing y posicionamiento de los destinos turísticos: estrategias para el éxito en la Era Digital: <https://www.elperiodicodelturismo.com/turismo/3232-marketing-y-posicionamiento-de-los-destinos-turisticos-estrategias-para-el-exito-en-la-era-digital>
- Fedetur. (2017). WTM Global Hub. Retrieved 10 de Mayo de 2025, from La infraestructura en el turismo: <https://www.google.com/amp/s/hub.wtm.com/es/noticias-de-wtm/wtm-latin-america-es/la-infraestructura-en-el-turismo/amp/>
- Galiana, P. (16 de Mayo de 2023). IEBS Biztech School. Retrieved 07 de Abril de 2025, from Qué es el marketing turístico? Todo lo que debes saber para triunfar en este mercado: <https://www.iebschool.com/hub/que-es-marketing-turistico-estrategias-marketing-digital/#:~:text=El%20marketing%20tur%C3%ADstico%20es%20la,el%20mejor%20servicio%20al%20turista>
- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017, febrero 01). El turismo como estrategia de desarrollo local. Retrieved abril 25, 2024, from Revista Geográfica Venezolana: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- Gélez, D. B. (2023). Metodología para Control de Riesgos Urbanos que Afectan Imagen y Posicionamiento Turístico, Cartagena de Indias. Ciencia Latina Revista Científica. Retrieved 10 de mayo de 2025, from <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7580/11489>
- Gisselle, S. P. (2022). “ESTRATEGIAS PRIORITARIAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN SANTA ELENA, YUCATÁN, CON BASE EN SUS FORTALEZAS SOCIOECONOMICAS”. Mexico: Instituto Tecnológico de Mérida. Retrieved 02 de abril de 2025, from <https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/5027/1/S%C3%81NCHEZ-22->

ESTRATEGIAS%20PRIORITARIAS%20PARA%20EL%20DESARROLLO%20TUR
%C3%8DSTICO.pdf

- Gómez, K. I. (2021). Diseño de estrategias de planificación para el desarrollo turístico sostenible en el municipio de Coveñas. Colombia: Universidad Externado de Colombia. Retrieved 02 de Abril de 2025, from <https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstreams/9543e5fb-9396-4f22-92f7-4d1f45f5e0d2/download>
- González, A. K. (2017). Calidad en las Empresas Turísticas. San Félix: UNIVERSIDAD DE ORIENTE NÚCLEO BOLIVAR. Retrieved mayo 10, 2025, from <https://es.scribd.com/document/359511535/Principios-de-Calidad-Aplicados-Al-Turismo-Informe>
- GRUN. (2021). PLAN NACIONAL DE LUCHA CONTRA LA POBREZA Y PARA EL DESARROLLO HUMANO. Retrieved mayo 10, 2025, from [https://www.pndh.gob.ni/documentos/pnlc-dh/PNCL-DH_2022-2026\(19Jul21\).pdf](https://www.pndh.gob.ni/documentos/pnlc-dh/PNCL-DH_2022-2026(19Jul21).pdf)
- GRUN. (2024). REGLAMENTO DE LA LEY N°. 1210, LEY DE GENERAL DE TURISMO. Managua. Retrieved 10 de mayo de 2025, from <http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/9e314815a08d4a6206257265005d21f9/22b95c938980ae2206258bc10051e93c?OpenDocument>
- Henares, J. (noviembre de 2023). Andalucía Lab. Retrieved 10 de mayo de 2025, from Claves de la competitividad turística: <https://www.andalucialab.org/blog/claves-competitividad-turistica/>
- Herrera, M. G. (01 de diciembre de 2009). researchGate. Retrieved 11 de septiembre de 2025, from <https://share.google/dUI3a4Ailro8gYNPd>
- Idyd, I. y. (18 de junio de 2023). Identidad y desarrollo el valor de ser. Retrieved 11 de mayo de 2025, from Capacitación turística para fortalecer la identidad y promover el desarrollo de los destinos y municipios con vocación turística: <https://identidadydesarrollo.com/capacitacion-turistica-para-fortalecer-la-identidad-y-promover-el-desarrollo-de-los-destinos-y-municipios-con-vocacion-turistica/>
- Idyd, I. y. (18 de junio de 2023). Identidad y desarrollo el valor de ser. Retrieved 11 de mayo de 2025, from Capacitación turística para fortalecer la identidad y promover el desarrollo de los destinos y municipios con vocación turística: <https://identidadydesarrollo.com/capacitacion-turistica-para-fortalecer-la-identidad-y-promover-el-desarrollo-de-los-destinos-y-municipios-con-vocacion-turistica/>
- Idyd, I. y. (2024, Noviembre 29). Identidad y desarrollo, el valor de ser. Retrieved Mayo 9, 2025, from Turismo rural: Concepto, estrategias y perspectivas: <https://identidadydesarrollo.com/turismo-rural-concepto-estrategias-y-perspectivas/#:~:text=las%20%C3%A1reas%20rurales.-,Beneficios%20econ%C3%B3micos,una%20fuente%20adicional%20de%20ingresos>

- IICA. (2014). BIVICA. (I. I. Agricultura, Ed.) Retrieved Mayo 11, 2025, from GUÍA PARA LA FORMULACIÓN DE PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO EN TERRITORIOS RURALES: <https://www.bivica.org/files/desarrollo-turistico-planes.pdf>
- Jiménez, J. M. (2022). Estrategias de desarrollo turístico participativo, municipio San Juan de Nicaragua, departamento Río San Juan, decenio 2022-2032. Nicaragua: Universidad Nacional Agraria. Retrieved 02 de Abril de 2025, from <https://cenida.una.edu.ni/Tesis/tne201961.pdf>
- Julibeth, A. V. (2022). Estrategias de desarrollo turístico para el Geositio Laguna La Bruja municipio de Las Sabanas departamento de Madriz durante el segundo semestre del 2022. Nicaragua: UNAN-Managua, Farem Estelí. Retrieved 02 de Abril de 2025, from <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/19910/1/20604.pdf>
- Kisnerman, N. (1997). Pensar el Trabajo Social Una introducción desde el construccionismo (2da ed.). Buenos Aires: Grupo Editorial Lumen Hvmanitas. Retrieved 11 de mayo de 2025, from https://www.fhyce.edu.py/wp-content/uploads/2020/08/Pensar_el_Trabajo_social.pdf
- Kotler, P., García de Madariaga Miranda, J., Flores Zamora, J., Bowen, J., & C. Makens, J. (2011). Marketing turístico (5ta ed.). madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A. Retrieved mayo 10, 2025, from <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>
- Kotler, P., García de Madariaga Miranda, J., Flores Zamora, J., T. Bowen, J., & C. Makens, J. (2011). Marketing turístico (5ta ed.). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A. Retrieved abril 25, 2025, from <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>
- (2014). LEY DE TURISMO RURAL SOSTENIBLE DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA. Nicaragua: La Gaceta, Diario Oficial N°. 142. Retrieved 07 de mayo de 2025, from <http://legislacion.asamblea.gob.ni/Diariodebate.nsf/1e91f0054ac77a85062572e50067fde4/cd3adf34ecf6952b06257b9b0076ec56>
- López, M. U. (2018). La infraestructura y su relación con el desarrollo económico de un país: Caso de América Latina y el Caribe. Retrieved abril 25, 2025, from UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO: <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/15802/tesis.pdf.pdf?sequence=1>
- Lozada, J. (2014, diciembre). Investigación Aplicada: Definición Propiedad Intelectual e Industria. Centro de Investigación en Mecatrónica y Sistemas Interactivos, Universidad Tecnológica Indoamérica, Quito, Pichincha, Ecuador(3). Retrieved mayo 16, 2025.
- MARENA. (7 de Abril de 2025). Retrieved 7 de mayo de 2025, from Parque Ecológico Municipal Cerro Cantagallo promociona el ecoturismo sostenible en Estelí:

<https://www.marena.gob.ni/2025/04/07/parque-ecologico-municipal-cerro-cantagallo-promociona-el-ecoturismo-sostenible-en-esteli/>

- Marzoneo, G. (2021). PROPUESTA DE MODELO DE ANÁLISIS DE COORDINACIÓN INSTITUCIONAL EN LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS SOCIALES. EL CASO DE LAS POLÍTICAS DE CUIDADO INFANTIL. Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal, 20(35), 18-35. Retrieved mayo 11, 2025, from <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8024038.pdf>
- Mazariegos, E. M. (21 de Febrero de 2013). ResearchGate. Retrieved 10 de mayo de 2025, from Principios de calidad de Ishikawa: <https://es.slideshare.net/slideshow/principios-de-calidad-de-ishikawa/16676503>
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Brent Ritchie, J. (2024). Turismo Planeacion Administracion y Perspectivas (2da ed.). Editorial Limusa S.A. Retrieved 11 de Mayo de 2025, from <https://www.scribd.com/document/702758476/Turismo-Planeacion-administracion-y-perspectivas-archivo>
- Mejía Chacón, G. M. (2021). Propuesta de un modelo de gestión turística sostenible para el destino La Esperanza e Intibucá, Honduras. Hondurái: Universidad Nacional de la Plata. Retrieved 02 de abril de 2025, from <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/161072>
- Naranjo Llupart, M. R., & Martínez Rodrí-, M. d. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico, 406-4022. Retrieved mayo 10, 2025, from <https://doi.org/10.5281/zenodo.6917147>
- Naranjo Llupart, M. R., Pelegrín Naranjo, A., Marín Llaver, L. R., Pelegrín Entenza, N., Pelegrín Naranjo, L., & López González, Y. (2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. Revista electrónica cooperación- universidad- sociedad, 4(1), 16-25. Retrieved 11 de mayo de 2025.
- Narváez, L. M., & Olivas, Y. A. (2021). Evaluación de estrategias turísticas para el Centro Recreativo Kajoma de la Comunidad de San Pedro Estelí, II semestre 2020. Estelí: Universidad UNAN-Managua. Retrieved 02 de abril de 2025, from <http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/15560>
- OMT. (30 de Noviembre de 2021). OSTELEA. Retrieved 07 de Abril de 2025, from OSTELEA: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/tendencias-en-turismo>
- ONU. (2025). ONU Turismo. Retrieved 7 de Mayo de 2025, from Turismo Rural: <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- ONU Turismo. (29 de Septiembre de 2020). Turismo y Desarrollo Rural. Retrieved 7 de mayo de 2025, from ONU Turismo: <https://www.unwto.org/es/news/turismo-desarrollo-rural>

- Ostelea. (11 de marzo de 2024). El Impacto de la Sostenibilidad en la Industria del Turismo. Retrieved 11 de mayo de 2025, from Ostelea: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/el-impacto-de-la-sostenibilidad-en-la-industria-del-turismo>
- Páez, G. (1 de septiembre de 2020). Economipedia. Retrieved 10 de mayo de 2025, from Infraestructura turística: <https://economipedia.com/definiciones/infraestructura-turistica.html>
- Parra Meroño, M. C., & Beltrán Bueno, M. Á. (2017). ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA DESTINOS TURISTICOS. Retrieved 10 de mayo de 2025, from https://www.researchgate.net/publication/314008046_ESTRATEGIAS_DE_MARKETING_PARA_DESTINOS_TURISTICOS_httpwwwweumednetlibroslibrophid1560
- Parra, S. (2023, Diciembre 30). Escapada Rural. Retrieved mayo 9, 2025, from beneficios del turismo rural: un motor de desarrollo sostenible y bienestar: <https://www.escapadarural.com/blog/turismo-rural-motor-de-desarrollo-sostenible/>
- Pearce, D. (1988). Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográficas. Trillas.
- Pereyra Gonzales, T., Palomino Alvarado, G., & Gárate Ríos, J. (2021). DESARROLLO TURÍSTICO PROMOTOR SOCIOECONÓMICO. ECOCIENCIA. Retrieved Mayo 10, 2025, from <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/download/483/316/1258>
- Pérez CastañeiraI, J. A., Gómez Figueroa, O., Sangroni LaguardiaI, N., Santa Cruz, S. R., Cruz Blanco, C., & Santos Pérez, O. (2021). Estudio de modelos que abordan la gestión de destinos turísticos. 42(3). Retrieved 11 de mayo de 2025, from http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362021000300109
- Pérez, G. (2020). Repositorio de CEPAL. Retrieved 10 de Mayo de 2025, from Caminos rurales: vías claves: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/05dfba47-0c4a-42e5-a77d-feabc108a05b/content>
- Rebón, A. (12 de FEBRERO de 2024). Blog ESAH CAMPUSSEAS. Retrieved 11 de mayo de 2025, from Turismo rural sostenible: gestión ecológica y responsable: <https://www.estudiahosteleria.com/blog/hosteleria-turismo/turismo-rural-sostenible>
- Redacción Blog. (20 de Abril de 2022). Normas de Calidad que debes conocer en el sector del turismo. Retrieved 10 de mayo de 2025, from UNITEC Universidad Tecnológica de México: <https://blogs.unitec.mx/vida-universitaria/calidad-en-el-turismo-sellos-y-distinciones/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20se%20considera%20calidad%20en,satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente%20se%20maximiza>
- Romagosa, F. (06 de Junio de 2018). Alternativas económicas. Retrieved 07 de Abril de 2025, from Los retos de la actividad turística: <https://alternativaseconomicas.coop/articulo/dossier/los-retos-de-la-actividad-turistica>

- Rosales, C. N. (25 de noviembre de 2016). El marketing de servicios en la educación superior: “Nuestros alumnos, nuestros clientes”. Universidad Ricardo Palma(13). Retrieved 25 de abril de 2025, from https://doi.org/10.31381/horizonte_empresarial.v0i13.489
- Sánchez, B. (19 de Diciembre de 2019). InformaBTL. Retrieved 25 de abril de 2025, from Marketing promocional, promociones: <https://www.informabtl.com/que-es-una-promocion-definicion-expertos/>
- Sánchez, M. (3 de septiembre de 2024). Prezi. Infraestructura y superestructura turística: <https://prezi.com/p/y-r7whbdcac6/infraestructura-y-superestructura-turistica/>
- Sanz de Sautuola, M. B., & Yllera, C. (3 de agosto de 2023). Beneficios del turismo rural sostenible. FUNDACIÓN BOTIN. Retrieved 11 de mayo de 2025, from <https://fundacionbotin.org/sala-de-prensa/turismo-rural-sostenible/#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20el%20turismo%20rural,conservaci%C3%B3n%20y%20fomentando%20su%20desarrollo>
- Schulte, S. (200). Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del turismo. Chile. Retrieved mayo 11, 2025, from <https://es.scribd.com/doc/63929688/OMT-Guia-de-Planificacion-Turistica>
- Sebastián, A. G. (2019, junio 7). Universidad de Valladolid. Retrieved Mayo 9, 2025, from LA IMPORTANCIA DEL TURISMO RURAL. CASO DE LA PROVINCIA DE SEGOVIA: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/36351/TFG-N.1045.pdf?sequence=1>
- Sotomayor, M. H. (2014). GESTIÓN Y MARKETING DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y HOTELEROS (2da ed.). Bogotá: ECOE EDICIONES. Retrieved Mayo 10, 2025, from https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hcO4DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=info:KZdA46uqhAEJ:scholar.google.com/&ots=p1KqHYEHB&sig=e_XTbVG0_6TSXBcYv-R08kVAe-o#v=onepage&q&f=false
- Sposob, G. (2024). Población. Enciclopedia Concepto. Retrieved 28 de mayo de 2025, from <https://concepto.de/poblacion/>
- Terry., J. R. (15 de julio de 2024). TERRY CONSULTORES. Retrieved 11 de mayo de 2025, from Empoderando comunidades a través del turismo: La fuerza del turismo comunitario: <https://www.terryconsultores.com/empoderando-desde-el-turismo-comunitario/#:~:text=El%20turismo%20comunitario%20promueve%20el,sus%20capacidades%2C%20habilidades%20y%20liderazgo>
- Troncoso, L. B. (1999, mayo 21). TURISMO SOSTENIBLE Y ECOTURISMO. Retrieved agosto 27, 2025, from <https://share.google/QSASWGUfMAeSoA2aq>
- Turismo, E. (31 de mayo de 2024). ¿Qué es el turismo sostenible? Definición, características, beneficios y ejemplos. Retrieved 11 de mayo de 2025, from Estudiar Turismo: <https://estudiarturismo.com/turismo-sostenible/>

- turismo, O. (2015). El turismo en la Agenda 2030. Retrieved 07 de Abril de 2025, from <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>
- TURyDES. (2012). FACTORES DETERMINANTES DEL DESARROLLO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE YURA. Revista de investigación turismo y desarrollo local, 5(12). Retrieved Mayo 11, 2025, from <https://www.eumed.net/rev/turydes/12/mbc2.html>
- Valdez Pineda, D. I., & Beatriz Ochoa, S. (2015). TURISMO RURAL. Sonora, México: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS. Retrieved mayo 07, 2025, from Evolución del turismo rural: <https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ciencias-economico/turismorural.pdf>
- Vásquez Ramírez , A. A., Guanuchi Orellana , L. M., Cahuana Tapia, R., Teves , R. V., & Holgado Tisoc , J. (2023). Métodos de investigación científica. Perú: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. Retrieved Mayo 23, 2025, from <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/105/148/173?inline=1>
- Velasteguí López., E., Salazar Andrade , D., Núñez Muñoz, J., & Barragán, U. E. (2018). La promoción turística por medios digitales. Ciencia Digital, 2(3), 1-9. Retrieved 10 de mayo de 2025, from <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/download/197/175/>
- Vidal, S. (19 de septiembre de 2024). ILERNA. Retrieved 10 de mayo de 2025, from Tipos de servicios turísticos: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.ilerma.es/blog/tipos-servicios-turisticos%23%3A~:text=Como%2520hemos%2520podido%2520ver%2520a,crear%2520empleo%2520y%2520generar%2520ingresos.&ved=2ahUKEwjx8TM3JmNAXV8QzABHQEEC>
- Viñals, M. J. (2002). Turismo en Espacios Naturales Y Rurales. València: Universitat Politècnica de València,. Retrieved mayo 10, 2025.
- Zavala, K. L. (2024, diciembre 13). (I. Y. UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DIRECCIÓN ESPECÍFICA DE CIENCIAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE, Ed.) Retrieved Mayo 10, 2025, from Estrategias para el Impulso del Turismo Rural en Nicaragua: Un Análisis Basado en las Características del Turismo Receptor: <https://repositorio.una.edu.ni/4971/1/tne20z39.pdf>

14. Anexos



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

Centro Universitario Regional, Estelí

Departamento Ciencias Económicas

Entrevista a propietario Finca La Casona, Venecia

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

El objetivo general de esta investigación es analizar la planificación para la gestión turística y sostenible en la Finca La Casona, ubicada en la comunidad de Venecia, municipio de Condega, durante el II semestre del 2025.

Cabe señalar que esta información será utilizada de forma estrictamente académica en estos momentos le solicitamos de su valioso tiempo para realizar esta entrevista cuya información aportará al tema de investigación.

Fecha y hora:

1. ¿Cuánto tiempo lleva al mando de la finca y cuánto personal labora con sus respectivos puestos?
2. ¿Con qué servicios básicos cuenta la finca y qué tipo de actividades turísticas se ofrecen actualmente?
3. ¿De qué forma usted gestiona la publicidad de la finca y que estrategias de promoción ha llevado a cabo para el desarrollo turístico?
4. ¿Qué retos considera usted que tiene la finca que limitan el interés de los turistas para visitarla?

5. ¿De qué manera cree usted que se puede aprovechar el potencial en cuanto a las oportunidades que ofrece la finca?
6. ¿Ha considerado usted poner en práctica un proyecto o establecer alianzas ya sea con la comunidad u organizaciones que le aporten tanto al mejoramiento de la infraestructura, como al posicionamiento de la finca y de igual forma a la capacitación del personal?
7. ¿En el negocio se utiliza algún tipo de energía renovable o implementa medidas para la reducción y eficiencia energética?
8. En finca La Casona, ¿Se ponen en práctica medidas para la reducción del consumo de agua?
9. ¿Finca la Casona se relaciona o implementa medidas para cuidar las áreas verdes y el medio ambiente del negocio?
10. ¿Se integran en talleres que promuevan la sostenibilidad?
11. ¿Finca la Casona cuenta un plan de acción estratégico para su gestión turística y sostenible?
De no tener dicho plan le gustaría implementar esta herramienta en su finca



Centro Universitario Regional, Estelí

Departamento Ciencias Económicas

Guía de observación Finca La Casona, Venecia

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

El objetivo general de esta investigación es analizar la planificación para la gestión turística y sostenible en la Finca La Casona, ubicada en la comunidad de Venecia, municipio de Condega, durante el II semestre del 2025.

Cabe señalar que esta información será utilizada de forma estrictamente académica en estos momentos le solicitamos de su valioso tiempo para realizar esta entrevista cuya información aportará al tema de investigación.

Aspectos a evaluar	Si	NO	Observaciones
Higiene			
Las instalaciones cuentan con las medidas de higiene necesarias			
En cuanto a las habitaciones las camas poseen lencería limpia y se encuentran arregladas cubiertas y sin arrugas			
Existen restos de suciedad o humedad en suelos, paredes y equipos sanitarios			
Las luces, tuberías y llaves funcionan correctamente y ofrecen un aspecto limpio			
Infraestructura			
Cuenta con infraestructura adecuada			

Aspectos a evaluar	Si	NO	Observaciones
El acceso vial a la finca está en buenas condiciones			
Sanitarios en buenas condiciones			
Las habitaciones tienen el equipamiento necesario para brindar un servicio de calidad			
Señalización			
Existe una buena señalización hacia la finca			
La finca cuenta con una ruta de evacuación en caso de emergencia			
Oferta turística			
Existen en la finca otras actividades turísticas			
Cuenta con el servicio de alimentación			
Cuenta con área para hacer actividades de avistamiento de aves			
En la finca se llevan a cabo actividades de aventura como: Senderismo, camping, entre otras			
El personal está capacitado en servicio al cliente			
Se le orienta al huésped a cerca del funcionamiento de los equipos existentes en las habitaciones			
Cuenta con zonas de descanso al aire libre para los turistas			
La finca cuenta con personal de seguridad para los turistas			
Existe un manual de emergencias para el personal			
Redes de comunicación			
Cuenta con cobertura de señal claro y Tigo			

Aspectos a evaluar	Si	NO	Observaciones
Poseen con una lista de contactos de emergencia, (Policía, bomberos, cruz roja)			
servicio de internet			
Servicios básicos			
Dispone de Energía eléctrica			
Dispone de botiquín de primeros auxilios			
Dispone de agua potable			
Publicidad			
Están presentes en las redes sociales			
Tienen vallas publicitarias			
Tiene presencia en plataformas digitales de alojamiento			



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Centro Universitario Regional, Estelí

Departamento Ciencias Económicas

Guía de observación Finca La Casona, Venecia

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

El objetivo general de esta investigación es: Diseñar estrategias de planificación para la gestión turística y sostenible en la Finca La Casona, ubicada en la comunidad de Venecia, municipio de Condega, durante el II semestre del 2025.

Cabe señalar que esta información será utilizada de forma estrictamente académica en estos momentos le solicitamos de su valioso tiempo para realizar esta entrevista cuya información aportará al tema de investigación.

Aspectos a evaluar	Si	NO	Observaciones
Higiene			
Las instalaciones cuentan con las medidas de higiene necesarias	✓		
En cuanto a las habitaciones las camas poseen lencería limpia y se encuentran arregladas cubiertas y sin arrugas		X	Las camas se arreglan a la hora de la llegada del turista
Existen restos de suciedad o humedad en suelos, paredes y equipos sanitarios	✓		Humedad en algunas áreas
Las luces, tuberías y llaves funcionan correctamente y ofrecen un aspecto limpio	✓		Suciedad en las luces
Infraestructura			
Cuenta con infraestructura adecuada		X	Acceso limitado para personas con discapacidad

Aspectos a evaluar	Si	NO	Observaciones
El acceso vial a la finca está en buenas condiciones		X	El camino es rustico, por ser una zona montañosa y en invierno puede ser peligroso
Sanitarios en buenas condiciones	✓		
Las habitaciones tienen el equipamiento necesario para brindar un servicio de calidad		X	Falta equipamiento, tanto en entretenimiento, como en higiene.
Señalización			
Existe una buena señalización hacia la finca		X	No posee ningún tipo
La finca cuenta con una ruta de evacuación en caso de emergencia		X	No posee ninguna ruta de evacuación
Oferta turística			
Existen en la finca otras actividades turísticas	✓		Eventos especiales o cuando se solicitan.
Cuenta con el servicio de alimentación	✓		
Cuenta con área para hacer actividades de avistamiento de aves	✓		
En la finca se llevan a cabo actividades de aventura como: Senderismo, camping, entre otras	✓		Cuenta con el equipo para el camping
El personal está capacitado en servicio al cliente		X	han asistido a talleres pero no tienen un certificado
Se le orienta al huésped a cerca del funcionamiento de los equipos existentes en las habitaciones		X	
Cuenta con zonas de descanso al aire libre para los turistas	✓		
La finca cuenta con personal de seguridad para los turistas		X	
Existe un manual de emergencias para el personal		X	
Redes de comunicación			
Cuenta con cobertura de señal claro y Tigo	✓		
Poseen con una lista de contactos de emergencia, (Policía, bomberos, cruz roja)		X	

Aspectos a evaluar	Si	NO	Observaciones
servicio de internet		X	
Servicios básicos			
Dispone de Energía eléctrica	✓		
Dispone de botiquín de primeros auxilios		X	
Dispone de agua potable	✓		
Publicidad			
Están presentes en las redes sociales		X	La única red social que poseen es facebook
Tienen vallas publicitarias		X	
Tiene presencia en plataformas digitales de alojamiento		X	



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Centro Universitario Regional, Estelí
Departamento Ciencias Económicas

Entrevista a propietario de La Casita de Don César, Venecia

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

El objetivo general de esta investigación es conocer: Analizar la planificación para la gestión turística y sostenible en la comunidad de Venecia, municipio de Condega, durante el II semestre del 2025.

Cabe señalar que esta información será utilizada de forma estrictamente académica en estos momentos le solicitamos de su valioso tiempo para realizar esta entrevista cuya información aportará al tema de investigación.

Fecha y hora:

1. ¿Cuánto tiempo lleva al mando de la finca y cuánto personal labora con sus respectivos puestos?
2. ¿Con qué servicios básicos cuenta la finca y qué tipo de actividades turísticas se ofrecen actualmente?
3. ¿De qué forma usted gestiona la publicidad de la finca y que estrategias de promoción ha llevado a cabo para el desarrollo turístico?
4. ¿Qué retos considera usted que tiene la finca que limitan el interés de los turistas para visitarla?

5. ¿De qué manera cree usted que se puede aprovechar el potencial en cuanto a las oportunidades que ofrece la finca?
6. ¿Ha considerado usted poner en práctica un proyecto o establecer alianzas ya sea con la comunidad u organizaciones que le aporten tanto al mejoramiento de la infraestructura, como al posicionamiento de la finca y de igual forma a la capacitación del personal?
7. ¿En el negocio se utiliza alguien tipo de energía renovable o implementa medidas para la reducción y eficiencia energética?
8. ¿Se ponen en práctica medidas para la reducción del consumo de agua?
9. ¿Se relaciona o implementa medidas para cuidar las áreas verdes y el medio ambiente del negocio?
10. ¿Se integran en talleres que promuevan la sostenibilidad?
11. ¿Tiene un plan de acción estratégico para la gestión turística y sostenible?



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Centro Universitario Regional, Esteli

Departamento Ciencias Económicas

Guía de observación a La Casita de Don Cesar, Venecia

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

El objetivo general de esta investigación es: Analizar la planificación para la gestión turística y sostenible en la comunidad de Venecia, municipio de Condega, durante el II semestre del 2025.

Cabe señalar que esta información será utilizada de forma estrictamente académica en estos momentos le solicitamos de su valioso tiempo para realizar esta entrevista cuya información aportará al tema de investigación.

Aspectos a evaluar	Si	NO	Observaciones
Higiene			
Las instalaciones cuentan con las medidas de higiene necesarias	✓		
En cuanto a las habitaciones las camas poseen lencería limpia y se encuentran arregladas cubiertas y sin arrugas	✓		
Existen restos de suciedad o humedad en suelos, paredes y equipos sanitarios	✓	✗	
Las luces, tuberías y llaves funcionan correctamente y ofrecen un aspecto limpio	✓		
Infraestructura			
Cuenta con infraestructura adecuada	✓		

Aspectos a evaluar	Si	NO	Observaciones
El acceso vial a la finca está en buenas condiciones		X	
Sanitarios en buenas condiciones	✓		
Las habitaciones tienen el equipamiento necesario para brindar un servicio de calidad	✓		
Señalización			
Existe una buena señalización hacia la finca		X	
La finca cuenta con una ruta de evacuación en caso de emergencia		X	
Oferta turística			
Existen en la finca otras actividades turísticas		X	
Cuenta con el servicio de alimentación	✓		
Cuenta con área para hacer actividades de avistamiento de aves		X	
En la finca se llevan a cabo actividades de aventura como: Senderismo, camping, entre otras		X	
El personal está capacitado en servicio al cliente		X	
Se le orienta al huésped a cerca del funcionamiento de los equipos existentes en las habitaciones	✓		
Cuenta con zonas de descanso al aire libre para los turistas	✓		
La finca cuenta con personal de seguridad para los turistas		X	
Existe un manual de emergencias para el personal		X	
Redes de comunicación			
Cuenta con cobertura de señal claro y Tigo	✓		
Poseen con una lista de contactos de emergencia, (Policía, bomberos, cruz roja)		X	

Aspectos a evaluar	Si	NO	Observaciones
servicio de internet		X	
Servicios básicos			
Dispone de Energía eléctrica	✓		
Dispone de botiquín de primeros auxilios	✓		
Dispone de agua potable	✓		
Publicidad			
Están presentes en las redes sociales	✓		
Tienen vallas publicitarias		X	
Tiene presencia en plataformas digitales de alojamiento	✓		



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Centro Universitario Regional, Estelí

Departamento Ciencias Económicas

Entrevista al promotor del turismo de la Alcaldía, Condega

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

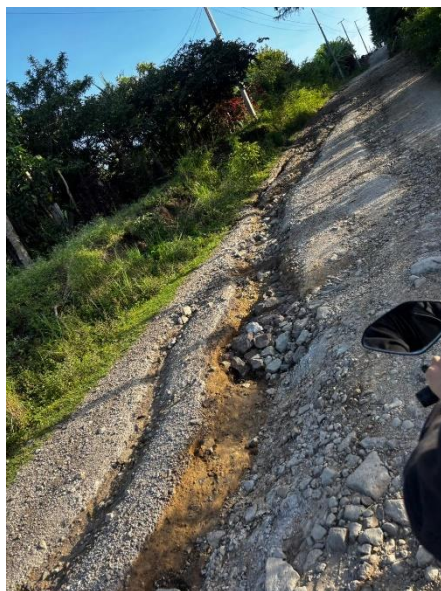
El objetivo general de esta investigación es: Analizar la planificación para la gestión turística y sostenible en Finca la Casona ubicada en la comunidad de Venecia, municipio de Condega, durante el II semestre del 2025.

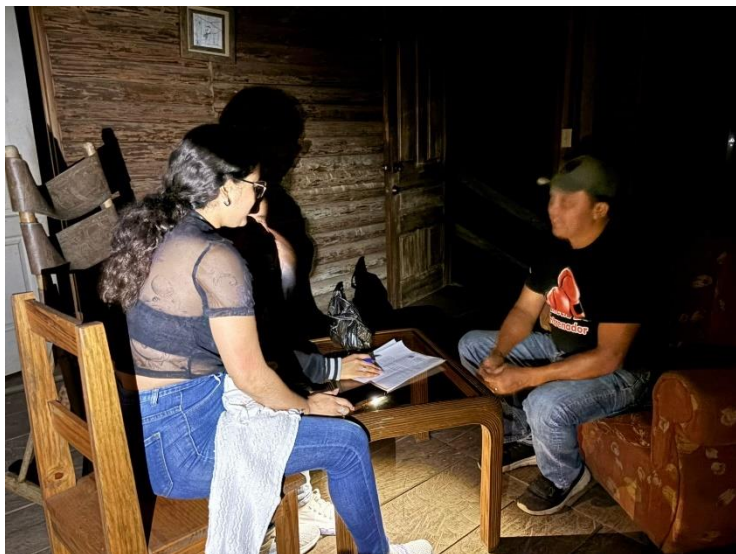
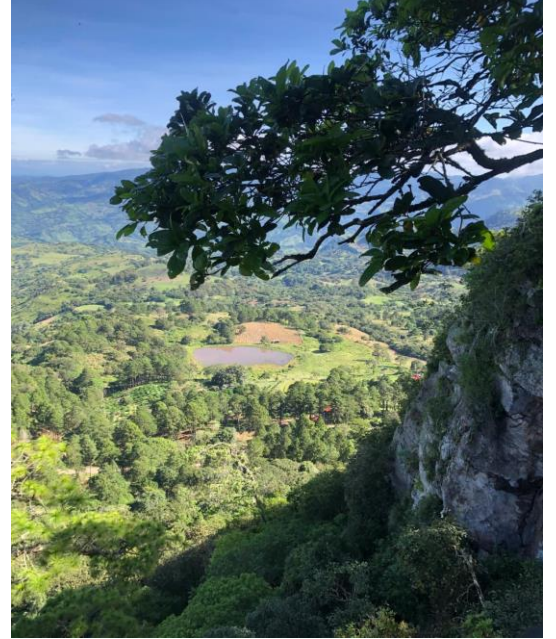
Cabe señalar que esta información será utilizada de forma estrictamente académica en estos momentos le solicitamos de su valioso tiempo para realizar esta entrevista cuya información aportará al tema de investigación.

Fecha y hora:

1. ¿Qué estrategias o programas se están implementando para fortalecer el turismo rural en la comunidad de Venecia ?
2. ¿Qué acciones ha realizado la alcaldía para promover la comunidad de Venecia como destino turístico?
3. ¿Qué medios o canales se utilizan para dar a conocer estos atractivos (redes sociales, ferias, campañas)?
4. ¿Cómo valora la visibilidad actual de Venecia dentro del turismo del municipio o del departamento?

5. ¿De parte de la Alcaldía se brinda apoyo o acompañamiento en temas de promoción, capacitación o infraestructura?
6. ¿Qué desafíos enfrenta esta finca para atraer más visitantes?
7. ¿Cómo le gustaría que se visualizará Venecia en los próximos años en términos de turismo?









UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DE ESTELÍ
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

"2025: Eficiencia y Calidad para Seguir en Victorias"

Estelí, 8 de mayo del 2025
REF.: Solicitud de información

Lic.
Fernando Arce Vallecillo
Propietario
Finca "La Casona" Venecia Condega.

Estimado licenciado Arce,

Por este medio me dirijo a usted para presentarle a las jóvenes.

1. ANGELES IBETH CHAVARRIA ESPINOZA # CARNÉ 21-50112-7,
2. JENNIFER LISSETH OLIVAS LARIOS # CARNÉ 21-51333-7,

Estudiantes activos de V año de la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA modalidad Regular del CUR Estelí. Se les orientó realizar un trabajo investigativo, en la asignatura. Investigación Aplicada y la propuesta es. Diseñar Estrategias de planificación para el desarrollo en finca "La Casona" Venecia, Condega

Por tal motivo, solicitamos su apoyo institucional brindándole la información que considere apropiada para compartir, relacionada con la investigación orientada; cabe señalar que la información solicitada únicamente será utilizada para fines académicos.

La docente que estará dando seguimiento a este trabajo investigativo será la MSc. Arelis Esmeralda Moreno López.

Agradeciendo de antemano el apoyo que se les brinde, le saludo.

Atentamente,


Dra. Mariela Guadalupe Hernández
Jefa de Departamento docente
Ciencias Económicas y Administrativas
UNAN - Managua / CUR Estelí

C/c archivo

¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



