

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN-Managua**

**Recinto Universitario Rubén Darío**

**Facultad de Educación e Idiomas**

**Departamento de Francés**




**Carrera Turismo Sostenible**



**Trabajo Monográfico para Optar al Título de  
Licenciatura en Turismo Sostenible**

**Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la  
Cooperativa de Turismo Comunitario “Ticuantepe Natural Travel” R.L  
(COTCOTINAT R.L). Municipio de Ticuantepe, en el Período de Agosto 2015-  
Marzo de 2016.**

**Autoras:**

-  *Bra. Nicaragua Potosme Ana Beatriz.*
-  *Bra. Moraga Aguirre Adriana Lisseth.*
-  *Bra. Ríos Ayala Esteibi Arlen.*

**Tutora:**

*Lic. Flora Acevedo Oporta.*

*Mayo de 2016*

## **Dedicatoria**

Primeramente a Dios por su infinita misericordia, por haberme dado vida, fuerza y sabiduría para llegar hasta este punto de mi vida, por guiar mis caminos y permitir lograr mis objetivos. Mi inspiración.

A mi madre Maura Aguirre que es un ejemplo a seguir, la cual a pesar de las dificultades ha sabido superarse siendo un modelo a seguir, por sus sabios consejos, su apoyo incondicional y su amor infinito. Así mismo, a mi tía Silvia Aguirre, por sus grandes esfuerzos que me permitieron culminar mis estudios. Grandes mujeres dignas de admiración.

A mis hermanos por estar siempre disponibles y atentos para mí. A mi mamita Juana Vásquez que siempre ha confiado en mí. A mi papito Humberto Aguirre, al cual considero como mi padre, aunque ya no está entre nosotros el apporto mucho en mi formación.

**Bra. Adriana Moraga**

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a Dios Padre por su infinito amor, por brindarme la sabiduría, fortaleza y la perseverancia durante el transcurso de mi carrera y así poder concluir el presente trabajo investigativo.

A mis Padres por haberme instruido con sus consejos y amor, por su motivación para no fracasar, sino por el contrario, perseverar y por los grandes sacrificios que tuvieron que hacer para poder culminar mis estudios universitarios y de esta manera poder cumplir la meta de ser una profesional aportando al bienestar de mi familia y al desarrollo de nuestro país.

**Bra. Ana Nicaragua**

## **Dedicatoria**

Dedicar este trabajo es la forma de tomar en cuenta a todas y cada una de las personas que contribuyeron para que éste sueño de terminar mi carrera se realizara.

Así que dedico mi Monografía de todo corazón a:

Dios; Porque sin él nada fuese posible, es el creador de todo cuanto soy y es a quién le debo mi existencia.

A mi Madre Alba Ayala; que siempre ha estado conmigo apoyándome desde el principio de todo, esforzándose y sacrificándose para que yo saliera adelante con mis estudios, para que pudiera valerme por mí misma y fuera una persona de bien.

A mi Padre y Hermano, Julio y Jackson Ríos (Q.E.P.D); porque aunque físicamente ya no están conmigo, siempre vivirán en mi corazón y pensamiento.

A mi familia; porque de una u otra forma me han apoyado y han sido mi motor para seguir adelante y convertirme en una de las primeras profesionales de la familia y ser un orgullo para la misma.

*“Cuando un sueño muere, es porque se ha hecho real”*

**Bra. Esteibi Ríos**



## **Agradecimientos**

Agradecemos infinitamente a Dios por darnos vida, salud, sabiduría y perseverancia para alcanzar cada una de las metas propuestas.

A nuestras familias por ser la base fundamental en nuestro desarrollo personal y profesional. Además por sus sabios consejos y constante motivación durante nuestra preparación.

A todos los docentes que aportaron con sus enseñanzas para hacer de nosotras personas capaces y comprometidas en nuestra futura labor como Licenciadas en Turismo Sostenible. Principalmente a nuestra Tutora Lic. Flora Acevedo Oporta, por su dedicación, creatividad e ideas innovadoras para la redacción del presente Trabajo.

Así mismo agradecemos a los socios y socias de la COTCOTINAT R.L, por brindarnos información, tiempo y por su disponibilidad de ayudarnos cuando lo requeriámos. De igual forma a los turistas encuestados y al Sr. Juan Carlos Reyes Luna (Vice-alcalde de Ticuantepe) por permitirnos entrevistarlo.

¡A todos Gracias!

## Resumen Ejecutivo

El presente estudio, consistió en la formulación de una Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un plan de negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario “Ticuatepe Natural Travel” R.L, como alternativa para dar respuesta a la principal problemática que esta organización presenta, que es la falta de operaciones en el mercado.

El plan de negocios es una herramienta para orientar a la cooperativa en relación a su gestión empresarial y de esta manera asegurar su rentabilidad para así lograr ganancias satisfactorias que mejoren la calidad de vida de sus asociados.

Para la construcción de esta estrategia se utilizó y adaptó la metodología de un Plan de negocios realizado en Quintana Roo, México y la “Guía para elaborar un plan de negocios” diseñado por el Instituto Politécnico Nacional de México en el 2006, dando como resultado de esta unión la estructura de este estudio.

Los resultados de esta investigación se presentan en 5 capítulos: Aspectos generales y estructurales de la Cooperativa, Análisis FODA, Oferta Turística, Plan de Marketing y el Análisis Financiero, todos de mucha importancia en el desarrollo del estudio.

Tomando en cuenta la ubicación geográfica privilegiada del domicilio de la Cooperativa en el municipio de Ticuatepe, se tomaron como referencias, las potencialidades de los recursos turísticos que posee la localidad para definir la estrategia de desarrollo a partir de la creación de sus productos y servicios.

En el plan de marketing se reflejan elementos esenciales para captar el mercado meta al que será dirigida la oferta. Al mismo tiempo se plantea el análisis financiero, que es de vital importancia para tener un control de la inversión y la ganancia que habrán a través de la oferta creada.

## Índice

Contenido	Página
I. Introducción.....	1
II. Objetivos.....	3
III. Marco Teórico .....	4
Tema 1: Generalidades del Turismo. ....	4
Tema 2: Plan de Negocios. ....	8
Tema 3: Aspectos Generales y Estructurales de una Cooperativa. ....	14
Tema 4: Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). ...	17
Tema 5: Oferta Turística. ....	18
Tema 6: Plan de Marketing .....	22
Tema 7: Análisis Económico.....	26
IV. Preguntas Directrices.....	30
V. Diseño Metodológico .....	31
5.1. Matriz de Descriptores .....	34
VI. Presentación de Resultados .....	39
Capítulo I: aspectos generales y estructurales.....	41
1.1. Denominación de la Cooperativa .....	42
1.2. Historia .....	42
1.3. Slogan .....	44
1.4. Logotipo.....	45
1.6. Misión .....	48
1.7. Visión.....	48
1.8. Valores Cooperativos.....	48
1.9. Valores Éticos .....	49
1.10. Principios Cooperativos .....	50
1.11. Líneas Estratégicas .....	50
1.12. Organización y Dirección .....	51
Capítulo II: Análisis FODA .....	55
2.1. Fortalezas .....	57
2.2. Oportunidades .....	58
2.3. Debilidades .....	59

2.4. Amenazas .....	60
Capítulo III: Oferta Turística .....	61
3.1. Recursos Turísticos .....	63
3.2. Servicios Turísticos .....	93
3.3. Infraestructura, Equipamiento y Servicios Turísticos .....	113
3.4. Consolidado de la Oferta Turística del Municipio de Ticuantepe .....	131
3.5. Producto Turístico de la Cooperativa de Turismo Rural Comunitario.....	135
Capítulo IV: Plan de Marketing .....	157
4.1. Presentación del Plan de Marketing.....	158
4.2. Análisis FODA .....	159
4.3. Objetivos, Estrategias y Acciones del Plan de Marketing.....	160
Capítulo V. Análisis Económica .....	173
5.1. Costo de inversión.....	175
5.2. Costos de Operación.....	180
5.3. Cuantificación de los Beneficios por Actividad.....	186
5.4. Margen de Utilidad .....	189
VII. Conclusiones.....	194
VIII. Recomendaciones.....	196
IX. Referencias Bibliográficas.....	197
a. Web-grafía .....	197
X. Anexos .....	199
a. Galería Fotográfica .....	199
b. Instrumentos .....	203
c. Encuestas.....	208
d. Metodología del Grupo Focal.....	211
e. Formato para pago de planilla.....	213
f. Ejemplo de intereses por préstamo .....	214

## Índice de Imágenes

Contenido	Página
Imagen No 1: Primer logo de la Cooperativa .....	45
Imagen No2: Actual Logo de la Cooperativa .....	46
Imagen N° 3: Socios de la Cooperativa en la Actividad del Grupo Focal .....	56
Imagen N° 4: Entrada a Finca Montibelli .....	63
Imagen N° 6: Habitación Triple de Montibelli .....	63
Imagen N° 5: Vista Panorámica de la Finca .....	63
Imagen N° 7: Entrada al Centro de Visitantes .....	65
Imagen N° 9: Cascada El Chocoyero .....	65
Imagen N° 8: Cabaña de la Reserva .....	65
Imagen N° 11: Cascada El Jordán .....	67
Imagen N° 12: Bajada de la Cascada El Jordán .....	67
Imagen N° 10: Sendero al Río Jordán .....	67
Imagen N° 15: Vista del Volcán Masaya .....	69
Imagen N° 13: Cerro El Ventarrón .....	69
Imagen N° 14: Panorámica del valle .....	69
Imagen N° 18: Mural alusivo a la Vida de los antepasados .....	71
Imagen N° 17: Exposición de Cerámica .....	71
Imagen N° 16: Entrada al Museo .....	71
Imagen N° 19: Pictografías de “La Borgoña” .....	73
Imagen N° 21: Petroglifos de La Finca .....	75
Imagen N° 20: Arqueología Encontrada en La Finca .....	75
Imagen N° 22: Entrada Principal a la Iglesia Sagrado Corazón de Jesús .....	77
Imagen N° 23: Fachadas de las fincas de apicultura .....	79
Imagen N° 26: Vista Panorámica desde Piñas de Paz .....	81
Imagen N° 25: Área de Descanso .....	81
Imagen N° 24: Fachada de la Cocina .....	81
Imagen N° 28: Sendero de pitahayas de la finca .....	83
Imagen N° 27: Entrada principal a la finca Hilda Obando .....	83
Imagen N° 30: Entrada principal al Zoológico Nacional .....	85
Imagen N° 29: Especie de tigrillos en el Zoológico Nacional .....	85
Imagen N° 32: Restaurante La Vista del Ángel .....	93
Imagen N° 31: Entrada Principal de La Vista del Ángel .....	93

Imagen N° 34: Foto de los Bungalós.....	94
Imagen N° 33: Entrada al campo Royal resort .....	94
Imagen N° 35: Entrada al Restaurante La Montaña.....	96
Imagen N° 36: Área de Restaurante de Mi Viejo Ranchito .....	97
Imagen N° 37: Área de Cafetín de Chavalandia.....	98
Imagen N° 38: Piscinas del Centro Recreativo Xilonem .....	99
Imagen N° 39: Entrada a la Pizzería .....	101
Imagen N° 40: Entrada de la Pizzería Don Corleone .....	102
Imagen N° 41: Entrada al Restaurante Asados Don Pancho .....	103
Imagen N° 43: Entrada al Bar y Restaurante Las Picaditas .....	104
Imagen N° 42: Área de Restaurante Las Picaditas .....	104
Imagen N° 44: Entrada Principal a Bosques de Omertá.....	105
Imagen N° 45:Entrada al Restaurante La Cocina de Don Tito .....	106
Imagen N° 46: Área de Bar del Restaurante Las Pitahayas .....	107
Imagen N° 47: Área de Piscina de La Nueva Borgoña.....	108
Imagen N° 48: Instalaciones de Francelomé.....	109
Imagen N° 49: Fachada del Bar Leche Agria .....	110
Imagen N° 50: Entrada al Bar Karina .....	111
Imagen N° 51: Instalaciones de Alex Bar .....	112
Imagen N°52: Instalaciones Alcaldía Municipal de Ticuantepe .....	117
Imagen N° 53: Instalaciones de la Policía Municipal de Ticuantepe.....	118
Imagen N° 54:Hospital Amistad México-Nicaragua.....	119
Imagen N° 55: Instalaciones de la Plaza Guanacaste.....	120
Imagen N° 56: Instalaciones de Plaza Ticuantepe .....	121
Imagen N° 57: Autoras del trabajo en compañía de los Socios de la Cooperativa en la Oficina de información Turística del Municipio .....	122
Imagen N° 58:Instalaciones del Parque Juan Ramón Padilla.....	123
Imagen N° 59: Parque Recreativo Héros y Mártires 6 de Junio .....	124
Imagen N° 60: Zona del Multideportivo Sierras Doradas.....	124
Imagen N° 61: Cancha Recreativa de Básquetbol .....	125
Imagen N° 62: Instalaciones Western Union.....	125
Imagen N° 63: Salón de Belleza Girasol .....	126
Imagen N° 64: Instalaciones Venta de Frutas Dios con Nosotros .....	127
Imagen N° 65: Venta de Frutas. Kiosco Sagrada Familia .....	128

Imagen N°66: Personas disfrutando Cocos Helados El Chele .....	128
Imagen N° 67:KioskoAnahís .....	129
Imagen N° 68:KioskoEnmanuel .....	129
Imagen N° 69:Kiosco Las Piñas.....	130
Imagen N° 70: Interior del Museo de Ticuantepe “Raúl Rojas” .....	149
Imagen N° 71: Vista Panorámica desde el Cerro el Ventarrón.....	150
Imagen N° 72: Restaurante Vista del Ángel .....	150
Imagen N° 74: Foto de pantalla capturada desde la página en Facebook de la COTCOTINAT R.L.....	165
Imagen N° 75: Tarjeta de presentación de la COTCOTINAT R.L.....	165
Imagen No 76: Banner Paquete Turístico, (Naturaleza Historia y Algo Más...)	166
Imagen No 78: Banner Half Day, (Ticuantepe, Tierra de Aventuras por Vivir).....	167
Imagen No 79: Banner Half Day, (Chocoyo por un Día).....	168
Imagen No 80:Diseño de Camisas Promocionales .....	169
Imagen N° 82: Marbeli Valle recibiendo diploma por haber cursado 40 horas de cooperativismo.....	199
Imagen N° 81: Socios de la Cooperativa en capacitación sobre la creación de las líneas estratégicas. ....	199
Imagen N° 83: Grupo Monográfico en compañía del Sr. Pablo Valle quién es recepcionista del Chocoyero.....	199
Imagen N° 84: Socios de la Cooperativa en el debate del Grupo Focal .....	200
Imagen N° 85:Vice alcalde de Ticuantepe Sr. Juan Reyes y grupo de investigadoras ..	200
Imagen No 86: Autoras del Trabajo en compañía de algunos socios de la COTCOTINAT R.L.....	201
Imagen No 87: Visita de Campo a Montibelli .....	201
Imagen No 88: Visita al Mirador Vista del Ángel .....	202



## I. Introducción

El turismo como actividad económica, es una herramienta que contribuye al crecimiento y desarrollo de un país, dado que dinamiza las economías locales mejorando la calidad de vida de las comunidades receptoras.

Por obvias razones, resulta ser una oportunidad para los jóvenes, que de forma organizada crean iniciativas visualizando al turismo como una alternativa que les puede generar ingresos y les permite aprovechar los recursos turísticos con los que cuentan en su entorno para permanecer en sus territorios y así trabajar desde ellos para contribuir al progreso del mismo, conservando y rescatando la cultura local y sus recursos.

Como ejemplo de estas oportunidades, se encuentra la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L (COTCOTINAT R.L), la cual está conformada principalmente por jóvenes emprendedores del Municipio de Ticuantepe. A pesar de que está constituida legalmente desde inicios del 2015, ésta no ha iniciado operaciones por falta de un plan que le oriente: cuándo, cómo y hacia dónde proceder.

Por ello, surge la propuesta de Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la cooperativa, permitiendo su fortalecimiento a partir del aprovechamiento de los recursos locales para incursionar en la actividad turística, como fuente generadora de ingresos económicos.

Además representa la oportunidad del grupo investigativo para optar al título de Licenciatura en Turismo Sostenible y ayudar a la Cooperativa con sus conocimientos adquiridos durante la Carrera.

Considerando que no se pudo identificar ningún estudio vinculado esta temática, este podrá servir como insumo para futuras investigaciones.



Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L



Dentro de este trabajo se encuentran 5 capítulos imprescindibles para el desarrollo de esta temática, en los cuales se analiza como primera instancia el entorno general y estructural de la Cooperativa, al igual que se desarrolla el análisis FODA; que consta de elementos que describen el estado de la organización a nivel interno y externo, al mismo tiempo se encuentra el capítulo de la oferta turística con la que cuenta el municipio y se proyecta desarrollar las actividades de la Cooperativa.

También está la elaboración del plan de marketing, considerado como una herramienta para la creación de estrategia de promoción y comercialización de los productos y servicios potenciales de la COTCOTINAT R.L. El último capítulo corresponde al análisis económico donde se plantean todos los costos-beneficios de los productos y servicios a comercializar.



## II. Objetivos

### Objetivo General

- Elaborar un plan de negocios como estrategia de desarrollo turístico para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuatepe Natural Travel" R.L, permitiendo el funcionamiento de forma eficaz, eficiente y sostenible. Municipio de Ticuatepe, en el periodo de Agosto 2015-Marzo 2016.

### Objetivos Específicos

- Caracterizar de forma general y estructural la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuatepe Natural Travel" R.L.
- Elaborar un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la COTCOTINAT. R.L.
- Definir la oferta turística que será puesta en valor por la cooperativa en estudio.
- Realizar un análisis de mercado para la elaboración de un Plan de Marketing de la COTCOTINAT. R.L.
- Presentar un análisis económico que refleje la rentabilidad de la venta de productos y servicios turísticos de la cooperativa.



### III. Marco Teórico

El Marco Teórico es una fase importante para el trabajo investigativo, a través del cual se reúne información documental para desarrollar la teoría como base del problema que se investiga, de manera que sirve como guía para orientar al investigador de cómo habrá de realizar el estudio y mantener el enfoque centrado al planteamiento original.

#### Tema 1: Generalidades del Turismo.

Para comprender mejor el desarrollo de la investigación es importante definir algunos términos que serán útiles en la creación de la misma. Por lo tanto se hace referencia en términos ligados al Turismo. Entre ellos están:


##### 1.1. Turismo

Según de la Torre, F. (1997). "El **Turismo** es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan desde su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural". (p.33).

##### 1.2. Tipos de Turismo

Para clasificar los tipos de turismo se toma en cuenta las motivaciones prioritarias de las personas para hacer un viaje turístico; por lo tanto cada tipología está integrada por aquellas comunes o afines entre sí y que las distingue como pertenecientes a cada grupo.

La tipología es fundamental para conocer las características y expectativas de los consumidores y por otra parte para saber qué ofrecerles. Los tipos son la clave



para la segmentación de mercados y ayudan a evitar mezclar segmentos antagónicos entre sí.

### 1.2.1. Turismo Sostenible

De acuerdo a Guía del Alumnado (2011 )(p 31), El turismo sostenible aparece como "una oportunidad de desarrollo humano, sin hipotecar ni poner en riesgo los recursos naturales, socioculturales y las economías locales, a través de iniciativas que se enmarquen en un modelo de desarrollo humano y sostenible; por tanto, el turismo sostenible incluye la sostenibilidad económica, sociocultural y ambiental".

Este tipo de turismo se ha popularizado en los últimos años a nivel mundial, esto por ser una tipología de turismo más responsable de acuerdo a los ámbitos de la sostenibilidad. Además ha surgido como una alternativa para contra restar los impactos que se realiza con un turismo convencional, pero sobre todo es una aplicación inteligente del principio de desarrollo sostenible:

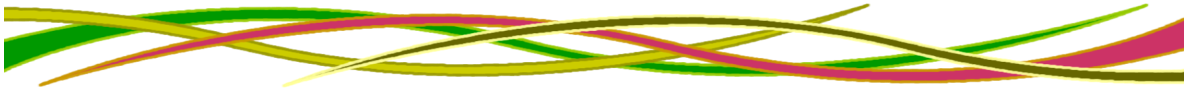
"El desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades"

### 1.2.2. Turismo de Naturaleza

El turismo de naturaleza puede ser entendido como "un segmento turístico con una demanda especial, que se caracteriza en promover actividades relacionadas con la naturaleza, en atractivos paisajes naturales poco intervenidos, preferiblemente en áreas protegidas", EcotourismWorkingGroup (1995), citado de SERNATUR (2008). Las actividades que se pueden realizar son todas aquellas relacionadas con la naturaleza sean estas: observación de la flora y la fauna, práctica de deportes, estudios de investigación, entre otros.

### 1.2.3. Ecoturismo

La Secretaría de Turismo de México (2005) considera el ecoturismo como:



“Un producto turístico en el que los turistas encuentran sobre todo actividades de recreación en sitios naturales que les permite interactuar con la naturaleza, conocerla, interpretarla y participar en acciones que contribuyan a su conservación” (p.12).

Además de la definición anterior, también se puede considerar la definición de ecoturismo de H. Ceballos-Lascurain (1990) citado por Buchinger (1996), menciona que:

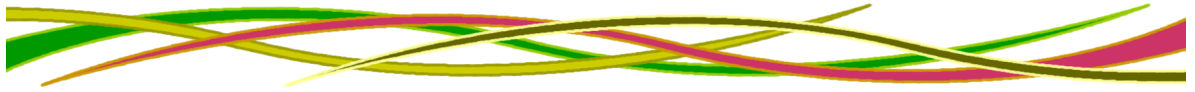
“El ecoturismo o turismo ecológico, consiste en viajar o visitar áreas naturales relativamente inalteradas (incluyendo a las áreas protegidas), con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado), que pueda encontrarse ahí, mediante un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto negativo en lo ambiental o cultural, y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales”. (p. 121)

Ambas definiciones hacen énfasis en actividades que interactúan con la naturaleza, que pueden ser tales como observación de la naturaleza (flora, fauna y ecosistemas), observación de fósiles, proyectos de investigación biológica, senderismo interpretativo, rescate de flora y fauna, y talleres de educación ambiental, entre otros.

#### 1.2.4. Turismo Rural

Según la OMT, turismo rural se define como “las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona”.

Otra definición de turismo rural es elaborada por la Secretaría de Turismo de México (2005) como:



“El segmento que brinda al turista la oportunidad de convivir con comunidades rurales para conocer y aprender otras formas de vida, en sus aspectos cotidianos, productivos y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos” (p.14).

### 1.2.5. Agroturismo

El Agroturismo tiene lugar en áreas agropecuarias en donde las comunidades receptoras muestran y comparten su idiosincrasia, técnicas agrícolas y su entorno natural cultural y socio productivo. Cedeño (2006) menciona que:

“Es un tipo de turismo rural que se caracteriza por la visita a sitios rurales para conocer las actividades agropecuarias, involucrándose en las mismas, lo que puede dar origen a actividades asociadas como: hacienda-hotel, posada, restaurante típico, ventas directas del productor, artesanías y otras actividades de recreación ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo” (p.29).

### 1.3. Cooperativa

Una Cooperativa “Es una Asociación Autónoma de personas que se unen voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada por los socios”, definición que da COOSEPROCADIE, TEXOXEL. R.L. (p.8).

### 1.4. Propuesta de Desarrollo Turístico

Es el planteamientos de estrategias o mecanismos para el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos, Pearce, (1991) citado por Varisco, C. (2008).



### **1.5. Estrategia de Desarrollo Turístico**

"Es la articulación de políticas, planes, programas, proyectos y marcos regulatorios, a partir de las autoridades que conduzcan y direccionen el avance hacia un crecimiento económico orientado a reducir la desigualdad social, pero salvaguardando la riqueza natural y cultural que tiene el país y la Región en particular".

Es por ello que ésta estrategia de desarrollo turístico que se realizará para la Cooperativa Multifuncional Ticuantepe Natural Travel R.L será a partir de la elaboración de un Plan de Negocios, debido a que es la mejor herramienta indicada por expertos, pero sobre todo, porque un plan de negocios es imprescindible para poner en marcha un nuevo negocio.

### **Tema 2: Plan de Negocios.**


El plan de Negocios básicamente es un documento que expresa las actividades que se realizaran durante un determinado periodo de tiempo, a través del cual se espera obtener ganancias satisfactorias a partir de la venta de productos y servicios.

En la actualidad este es un método utilizado por empresas que quieren operar en el mercado de forma planificada y organizada para tener un futuro exitoso.

### **2.1. Conceptualización de Plan de Negocios**

Según el INTUR en su Manual de Planes de Negocio para Fincas Agroturísticas asegura que el Plan de Negocios "Es una herramienta de desarrollo empresarial que integra el propósito general de la empresa, así como los análisis de: mercado, técnico, financiero y organizacional, en el cuál se detallan diversas funciones operativas, teóricas y estructurales de la organización".





También el Instituto Politécnico de México (2006) conceptualiza al plan de negocios "como un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los objetivos. Sirve como el mapa con el que se guía su compañía. El plan de negocios es un documento único que reúne toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha" (p.5).

## 2.2. Importancia del Plan Negocios

El Plan de Negocios es importante porque es un documento de planificación estratégica orientado a los negocios. Debe contener de forma detallada la visión y misión de lo que el empresario o productor quiere realizar. Es también una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento.

El plan de negocios debe de transmitir a todos los agentes que se involucran o pretenden vincularse al negocio durante un período venidero entre 3 a 5 años, los pasos que hay que seguir para lograr esos propósitos y la rentabilidad que se espera alcanzar con el negocio.

## 2.3. Beneficios del Plan de Negocios

Continuando con este orden de ideas es importante conocer los beneficios que tiene un plan, por lo tanto el Instituto Politécnico de México (2006), (p.6), hace referencia sobre esto.

**"Los beneficios que se obtienen de tener un plan de negocios escrito son:**

- 🌿 Los negocios con planes escritos tienen más éxito. Este hecho solamente justifica el gasto y el trabajo de realizar un plan de negocios.
- 🌿 Ayuda a clarificar y enfocar las metas y objetivos del negocio.
- 🌿 Ayuda a coordinar los diferentes factores de un negocio que son necesarios para el éxito.



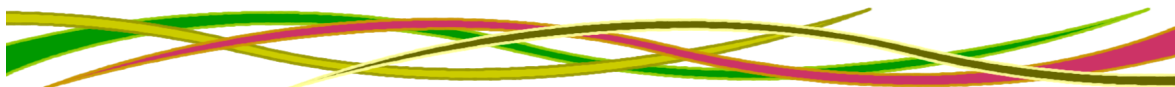


- ✔ Permite confrontar las ideas con la realidad porque la dinámica del plan fuerza a considerar todos los factores relevantes del negocio, sin olvidarse de ninguno.
- ✔ Es una herramienta muy útil para conseguir la adhesión de elementos claves del negocio: inversionistas, proveedores, equipo directivo, etc.
- ✔ Es un cronograma de actividades que permite coordinar la realización de tareas de acuerdo con un calendario establecido.
- ✔ Es una herramienta para el modelado del negocio que permite trabajar con flexibilidad en la organización, al ofrecer la posibilidad de realizar cambios cuando algunos de los factores del negocio experimentan variaciones.
- ✔ Es un instrumento de control que permita detectar desviaciones del plan original; así como evaluar el progreso del proyecto y ajustar el plan en función de resultados parciales.
- ✔ Es un punto de referencia para futuros planes de nuevos proyectos que aparezcan a medida que el negocio evoluciona”.

Por lo tanto el plan de negocios que se realizará para la COTCOTINAT R.L, será como una guía de las acciones que los asociados y asociadas deben cumplir para posicionarse y consolidarse en el mercado turístico como uno de los mejores prestadores de servicios a nivel local y que de esta manera se dinamice la economía de todos los involucrados.

#### 2.4. Ejemplo de un Plan de negocios

A continuación se presenta un ejemplo de Plan de Negocios elaborado en Quitana, Roo, Mexico:



---

## Plan de Negocios para la Sociedad Coopertiva de Servicios Turisticos "Bahia Blanca".

---

Amigos de Sian Ka'an

2003

Cita:

*Quintana Roo, Mexico*

Para más información se ponen en contacto con: Pamela Rubinoff, Coastal Resources Center, Graduate School of Oceanography, University of Rhode Island. 220 South Ferry Road, Narragansett, RI 02882. Teléfono: 401.874.6224 Fax: 401.789.4670 Email: rubi@gso.uri.edu

Este proyecto (1998-2003) pretende la conservación de los recursos costeros críticos en México construyendo capacidad para las ONGs, Universidades, comunidades y otros usuarios claves públicos y privados, con ello promover un manejo integrado costero participativo y realizar la toma de decisiones. Esta publicación fue hecha posible a través del apoyo proporcionado por la Agencia estadounidense para la Oficina del Desarrollo Internacional de Ambiente y Oficina de Recursos Natural para Crecimiento Económico, Agricultura y Comercio bajo los términos del Acuerdo Cooperativo #PCE-A-00-95-0030-05.





## Resumen Ejecutivo

"Xcalak es una de las comunidades de pescadores más importante a orillas del Mar Caribe Mexicano, se encuentra localizada en el municipio de Othón P. Blanco, al sur del Estado de Quintana Roo. Rodeada, por el mar caribe al este con una estructura arrecifal típica y por lagunas y zonas inundables al oeste, haciendo de éste un lugar de gran riqueza y belleza escénica.

Los pobladores de Xcalak dependen de las épocas de captura de langosta, caracol, y escama como su principal actividad económica recientemente parte de la población ha optado por realizar actividades de turismo para diversificar sus ingresos económicos. En 1993 las autoridades estatales comenzaron a vislumbrar el desarrollo de la zona sur del Estado mediante el Corredor Turístico Costa Maya que abarca toda la zona costera desde el límite internacional con Belice en el sur, hasta Pulticub (límite sur de la Reserva de la Biosfera de Sian Ka'an ) en su parte norte.

Los miembros de esta comunidad vieron esto como una oportunidad para integrarse al desarrollo turístico, de modo que en 1999 con el apoyo de Amigos de Sian Ka-an, A.C. se organizó y formó una sociedad Cooperativa de Servicios Turísticos Bahía Blanca, de Xcalak Quintana Roo, que a la fecha continúa en un proceso lento de consolidación, debido principalmente a la falta de capacitación, infraestructura y visión empresarial. Por este motivo y a petición de la cooperativa se desarrolló el Plan de negocios con la finalidad de fortalecer los servicios turísticos que ofrecen, implementando un estudio de mercado, un estudio técnico, un estudio de evaluación financiera y un diseño de estrategias promocionales y mercado lógicas, que



les permita incrementar sus recursos económicos y a la vez el aprovechar de manera sustentable los recursos naturales con los que cuentan.

Este proyecto beneficiará de igual forma a los demás sectores de la comunidad interesados en ofrecer servicios turísticos, que no ofrece la cooperativa como: hospedaje, alimentación, venta de artesanías, etc. por la afluencia de turistas que la cooperativa pueda captar para la comunidad, generando de esta manera empleos indirectos.

Como parte del fortalecimiento se integra en este documento una visión empresarial para la cooperativa lo cual le dará mayor competencia en el mercado, con un nuevo logotipo, un slogan, su visión, misión y objetivos específicos bien definidos.

Partiendo de la organización estructural de la cooperativa se integró un agente de ventas y un asesor fiscal los cuales serán la base para una mayor cobertura promocional y administrativa.

Se integró un inventario de atractivos del cual se partió para el desarrollo de los tours haciéndose una descripción de cada uno de ellos y analizando las ventajas y desventajas de los mismos, así mismo estos tours se realizaron de acuerdo a la demanda presentada en el estudio de mercado. Para integrar los costos de los tours se tomó un costo base, de acuerdo a lo que se necesita para operar el tour, comparándose con los precios de mercado. Por lo tanto tenemos que para los tours que se diseñaron el costo promedio es el siguiente: para el recorrido de Aventura natural es de \$250 pesos por persona, Buceo en el parque nacional "Arrecifes de Xcalak" \$400 pesos, Snorkel \$200 pesos y Pesca con mosca \$1400 pesos por persona, estos costos están estandarizados a grupos de 4 personas para poder realizar de manera clara el cálculo de beneficios (ingresos), pero los costos dependen

del número de turistas que tomen el tour, claro está que mientras más turistas sean el costo es menor tomando en cuenta que la capacidad máxima es de 6 turistas por lancha.

Para el primer año de operación se estima tener un total de 576 visitantes para buceo y 576 para snorkel, para aventura natural 432 y 108 para pesca con mosca, con una tasa de crecimiento anual de 3% durante la vida útil del proyecto (estimado a 10 años).

La integración de los costos del proyecto se obtuvo mediante un análisis económico de costos de inversión y costos de operación. De la cual se obtuvo que se requiere una Inversión inicial de \$703,912.80. La cooperativa puede buscar un financiamiento para la inversión inicial, para lo cual será necesario correr un modelo de evaluación, con el cual se conocerán los indicadores la TIR (Tasa interna de retorno) y la VAN (Valor actual neto) con una tasa de descuento de 6%, que nos indicará la rentabilidad del proyecto”.

### **Tema 3: Aspectos Generales y Estructurales de una Cooperativa.**

Este tercer tema abarca aspectos generales y estructurales que deben tener toda empresa u organización, los cuales serán fundamentales para entender claramente la forma en la que estas se organizan. Para esta investigación, la información que a continuación se presenta, facilitará la comprensión de cómo está o debe estar organizada la COTCOTINATR.L. Además se muestran los tipos de cooperativas que existen en Nicaragua para hacer referencia al tipo que pertenece la COTCOTINAT R.L, la cual es de turismo comunitario de acuerdo a las características que presenta.



### 3.1. Tipos de Cooperativas

Según COOSEPROCADIE, TEXOXEL. R.L (2015), establece que los tipos de cooperativas existentes en Nicaragua son:

- 🌱 Cooperativas de Consumo (rural o urbana).
- 🌱 Cooperativas de Ahorro y Crédito (rural o urbana).
- 🌱 Cooperativas de Producción y Trabajo.
- 🌱 Cooperativas de Vivienda.
- 🌱 Cooperativas de Servicio.
- 🌱 Cooperativas Escolares.
- 🌱 Cooperativas Juveniles.
- 🌱 Cooperativas de Profesionales.
- 🌱 Cooperativas de Transporte.
- 🌱 Cooperativas de Cogestión. Cooperativas de Servicios Múltiples.
- 🌱 Cooperativas Multifuncionales.

### 3.2. Logotipo

Según Liliana Rodríguez, (2003). "Los logotipos, son formas o características que representan el nombre de la empresa o producto" (p.7). De acuerdo a esta pequeña definición se puede interpretar que un logotipo es la imagen de la empresa.

### 3.3. Slogan

"El slogan es una frase con fines publicitarios designada a grabarse en la mente del público a quien va dirigido el servicio" Liliana Rodríguez, (2003), (p.8).

### 3.4. Misión

De acuerdo al INTUR "es la razón de ser de una empresa u organización. Cuando una organización o empresa escribe y aplica una Misión, describe su propósito general".

Así mismo hace referencia a otro concepto donde menciona que la misión es "LO QUE ES LA ORGANIZACIÓN: HOY, es el propósito central para el que se crea un ente".

### 3.5. Visión

Así mismo e INTUR, plantea que "La Visión es un factor estratégico de la empresa u organización. Define una imagen del futuro deseado, nos marca el horizonte al que queremos llegar, lo que nos permitirá que todas las cosas que hagamos tengan sentido y coherencia. La Visión es una declaración acerca de lo que su organización quiere llegar a ser, lo que genera que todos los miembros de la organización se sientan identificados, orgullosos y emocionados. La Visión debe potenciar las capacidades de la organización y la imagen de sí misma" (p. 30).

### 3.6. Valores

Los valores organizacionales son definidos por Andrade (1995) como "aquellas concepciones compartidas de lo que es importante y, por lo tanto, deseable, que al ser aceptadas por los miembros de una organización, influyen en su comportamiento y orientan sus decisiones".

### 3.7. Líneas Estratégicas

Según INTUR, (2013):

"Las líneas estratégicas son el camino que permite concretar y ejecutar la visión de desarrollo turístico y los programas, proyectos y las acciones. Los insumos para determinar las líneas estratégicas son: La visión turística del municipio, el análisis FODA, el análisis de los productos turísticos actuales y potenciales y las estrategias por productos del destino turístico" (p.81).





### 3.8. Organización y Dirección

#### 3.8.1. Estructura Organizativa

Refiere al marco en torno al cual el grupo se organiza, o para escoger otra metáfora de la construcción: los cimientos, el cableado, las vigas que mantienen a la coalición en pie. Es el manual de operaciones que les informa a los participantes cómo está formada la organización y cómo funciona. Más específicamente, la estructura describe cómo se acepta a los miembros, cómo se escoge a los líderes y cómo se toman las decisiones.

#### **Tema 4: Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).**

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. A partir de ellas se identifica la situación de la organización para definir acciones en función de: Potenciar las Fortalezas internas, Disminuir y eliminar las Debilidades internas, Aprovechar las Oportunidades externas y Neutralizar y disminuir sus Amenazas.

“El FODA es una herramienta de planificación estratégica utilizada para analizar los factores internos tomando en cuenta los diversos componentes de la oferta como los recursos, los servicios, el equipamiento y la infraestructura, todos ellos expresados en la identificación del producto turístico. Por otro lado se analizan los factores externos, como: La demanda y los mercados; además de aspectos económicos, socioculturales y ambientales”, INTUR (2013).

La siguiente conceptualización de las variables del FODA ha sido retomada de la Guía de Planificación Turística Municipal del INTUR (2013).





#### **4.1. Fortalezas**

“Son aquellos puntos considerados como los más fuertes, y que nos diferencien de los competidores ya sea por representatividad, jerarquía o ubicación respecto a los mercados emisores”.

#### **4.2. Oportunidades**

“Son características del entorno que pueden dar lugar a una posición de ventaja para algún destino, las oportunidades del entorno exterior, que pueden aprovecharse mediante las fortalezas del territorio o producto turístico”.

#### **4.3. Debilidades**

“Son lo contrario de las fortalezas, son aspectos que pueden afectar el desarrollo de los objetivos planteados en función de lograr el desarrollo turístico del municipio, son factores externos que inciden sobre el sector en general, no solo al territorio en cuestión, sino a otros sitios en el entorno”.

#### **4.4. Amenazas**

“Son las limitaciones, imposiciones que inciden o pueden incidir en negativamente en el sector, son tendencias o eventos que, en ausencia de una respuesta estratégica, puedan impedir el desarrollo turístico de la región”.

En general el análisis FODA permitirá conocer la situación actual en la que se encuentra la Cooperativa en estudio y a partir de ello se podrán establecer acciones que permitan que la COTCOTINAT R.L empiece a prestar sus servicios en el mercado turístico de forma organizada.

### **Tema 5: Oferta Turística.**

Según INTUR (2013), “La oferta turística corresponde a los elementos internos del diagnóstico y se estructura en tres pilares íntimamente relacionados entre sí,

conformado por los Recursos Turísticos, Infraestructura y Equipamiento Turístico y Servicios Turísticos" (p.51).

## 5.1. Recursos Turísticos

"En esta categoría se incluyen todos los elementos que motivan la movilización del turista" según el INTUR (2013), (p.43).

### 5.1.1. Recursos Naturales


De acuerdo al INTUR (2013) establece que "Son aquellos espacios que presentan un valor turístico, sin alteración por parte del hombre, que son en sí motivo suficiente de emprender un viaje y forman parte del patrimonio natural turístico del municipio" (p.43).

### 5.1.2. Recursos Históricos-culturales

"Agrupa los elementos del Patrimonio Cultural del país, que incluyen; obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia", este amplio y claro concepto es establecido por INTUR (2013), (p.54).

### 5.1.3. Recursos Socioeconómicos

Continuando con la conceptualización de esta serie de términos, INTUR (2013), (p.55), hace referencia que los Recursos Socioeconómicos "Incluyen obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, que son parte de un proceso de carácter productivo, investigativo u obra de ingeniería que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico". Además este concepto es avalado por la UNESCO, Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, 1972.



Es importante mencionar que los recursos turísticos pueden ser tangibles e intangibles, como es el caso de las costumbres y tradiciones, peregrinaciones, creencias populares, entre otras.

## **5.2. Servicios Turísticos**

“Agrupa los diferentes servicios que permiten la visitación y disfrute de los recursos” este planteamiento lo realiza el INTUR (2013) (p.43).

## **5.3. Infraestructura, Equipamiento y Servicios Turísticos**

El INTUR (2013) se refiere a la infraestructura, equipamiento y servicios como: “Este pilar incluye elementos de infraestructura y servicios que complementan la oferta, que facilitan la movilización de turistas y mejoran el disfrute de los recursos” (p.43). De igual forma plantea su Clasificación en los siguientes aspectos.

De igual forma se establece un concepto más amplio y comprensible que dice lo siguiente: “Esta categoría engloba las infraestructuras públicas básicas que facilitan el acceso y/o la conectividad a Nicaragua y a los recursos turísticos. También se incluyen los elementos que contiene la señalización turística en la cual se incluye diseño, contenidos, materiales y tipología”, INTUR, Guía de Planificación Turística Municipal (2013) (p.53).

### **5.3.1. Infraestructura de Apoyo al Turismo**

Según el INTUR (2013) “Esta categoría engloba las infraestructuras públicas básicas que facilitan el acceso y/o la conectividad a Nicaragua y a los recursos turísticos. También se incluyen los elementos que contiene la señalización turística en la cual se incluye diseño, contenidos, materiales y tipología”.

Cabe mencionar que la infraestructura básica es comprendida por: la vialidad, señalización, transporte, servicios básicos (agua, energía), comunicación.



### 5.3.2. Servicios Conexos de Apoyo al Turismo

De acuerdo al INTUR (2013), menciona que los servicios conexos de apoyo al turismo se refieren a:

Las Instalaciones comerciales fortalecen los servicios y productos turísticos ofrecidos al turista, son de mayor impacto en aquellos turistas que desean comodidades similares a las de su lugar de origen y pueden ser: Centro Comerciales, Plazas Comerciales, Módulos Comerciales, Mercados.

Servicios complementarios, son aquellos servicios que tienen por objeto la realización de actividades consideradas de interés para el turismo y directamente relacionada con el mismo entre estos se tiene: Academias, Universidades, Servicios de Salud, Servicios para Automóviles, Servicios Financieros, Servicios de Seguridad y Emergencia, Servicios de Comunicación, Servicios Municipales, Servicios Gubernamentales, Servicios no Gubernamentales, Centro de información Turística.

Los servicios conexos de apoyo al turismo son aquellos elementos en los que no están asociados directamente al turismo, pero que los beneficia indirectamente, que son complementarios para satisfacer al turista.

### 5.3.3. Equipamiento de recreación y entretenimiento

Son las infraestructuras en las cuales suceden actividades recreativas, contemplativas o de disfrute de los recursos culturales y socioeconómicos, estos espacios pueden ser públicos y privados de acuerdo al INTUR (2013):

Espacio de recreación Públicos: Son sitios de uso público ubicado dentro del área urbanas o territorio destinados para el esparcimiento y recreación al aire libre, se complementan con sitios de servicios de comidas típicas, artesanías estos pueden ser: Parques, Plazas, Malecones, Paseos, Canchas Deportivas, Estadios, Cuadros de Juegos, Barreras de Toros, Hipódromos, Centro Turísticos de INTUR.

Espacio de recreación Privado: Son espacios de recreación privados que hacen placentera la estadía de los visitantes, estos pueden ser: Cines, Teatros, Centro Recreativos, Gallera entre otros.

#### 5.4. Producto Turístico

El Producto turístico, "es la integración del conjunto de recursos y atractivos turístico naturales y culturales, equipamiento, infraestructura y servicios y actividades, más los elementos de promoción y comercialización", INTUR, (2013)(p.78).

Así mismo, el producto turístico está compuesto por el atractivo turístico, productos periféricos y productos complementarios.

Los productos periféricos son aquellos que no pueden faltar para satisfacer las necesidades del turista; alojamiento, alimentación, seguridad, guía turístico. Los productos complementarios son actividades opcionales que los turistas tienen elección de tomar o no, por ejemplo: compra de souvenirs, asistencia a talleres de artesanías, elaboración de cuajadas; ordeño de vacas, entre otros.

Cabe mencionar que la identificación de todos los elementos de la oferta en el municipio, serán de gran importancia para la cooperativa, ya que con estos insumos se diseñara el producto turístico que la cooperativa comercializará y a través de esto se generarán los ingresos necesarios para la auto sostenibilidad de la misma.

### Tema 6: Plan de Marketing

#### 6.1. Marketing

Según Kotler y Armstrong (2003) definen Marketing como "un proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros"(p.5).



## 6.2. Plan de Marketing

De igual forma se puede considerar la definición de Sanz de la Tajada (1974) citado por José Sainz (2011), menciona que:

“El Plan de Marketing es un documento escrito en el que de una forma sistemática y estructurada y previos a los correspondientes análisis y estudios, se definen los objetivo a conseguir en un periodo de tiempo determinado, así como se detallan los programas y medios de acción que son precisos para alcanzar los objetivos enunciados en el plazo previsto” (p.77).

En este sexto capítulo donde se concibe el estudio de mercado, se encuentran muchos de los acápites de mayor importancia para la elaboración de un plan de negocios y más importante aún, porque este análisis permitirá la creación de estrategias encaminadas al desarrollo de la cooperativa, con la creación de nuevos productos y servicios a partir del estudio anticipado de la oferta y demanda, lo que incluye a los consumidores potenciales, los competidores, al mercado y al producto en sí, lo que permitirá conocerlos a mayor profundidad y poder llegar a ellos.

Este análisis al mismo tiempo ayuda a conocer los costos y beneficios que pueda conllevar el poner en funcionamiento esta cooperativa, por consiguiente la prepara y protege ante cualquier obstáculo que se pueda presentar.

### 6.2.1. Entorno general

Según, El Plan de Marketing (2015), el entorno general “Son las condiciones que afectan a todo el sistema económico o a todo el sector en el que la empresa está inmerso. Pueden ser tecnológicas, económicas, sociales, del entorno, políticas, legales, culturales, etc”.

Así mismo, el entorno se refiere a “todo aquello que rodea”, de acuerdo al informe de Estrategia, Marketing (2013). Por lo tanto, para realizar un plan de marketing para una cooperativa de Turismo Comunitario es necesario analizar los factores

demográficos, económicos, ecológicos, tecnológicos, pues son los más influyentes para la misma.

### 6.3. Demanda Turística

Según Jafar Jafari. (2000), (p. 126). "Término económico que refleja la disposición de compra de un bien o servicio en función de su precio, o bien de la renta del sujeto la demanda turística señala el gasto agregado que resulta de sumar los diversos consumos individuales realizados al amparo de estas actividades".

Al mismo tiempo, "la demanda turística son los elementos externos del diagnóstico que sirven de marco de referencia para conocer el comportamiento de flujos y exigencias de turistas en un contexto nacional, regional y global", mencionado en la Guía de Planificación Turística Municipal INTUR (2013).

Para realizar el análisis de la demanda es necesario conocer la demanda actual y la demanda potencial, con el fin de crear un producto que alcance un mercado más amplio sin descuidar el existente.

#### 6.3.1. Demanda actual

Koch (2006), menciona que la demanda actual es "identificar a los demandantes del producto, cuántas unidades de productos están en capacidad de adquirir. Y señalar la frecuencia de: anual, mensual, diaria".

#### 6.3.2. Demanda potencial

"Es un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo. Cantidad expresada en unidades físicas o monetarias, referidas a un periodo temporal y unas condiciones dadas", Rubira (2013).





#### **6.4. Análisis de Mercado.**

El análisis de mercado es determinante para el logro de las metas de la empresa; este análisis visualiza la producción de bienes y servicios que la empresa u organización desarrolla, los costos y precios de los mismos, las acciones para promocionarlos y comercializarlos, a quién van dirigidos dichos bienes y servicios (segmento de mercado) y la valoración de los recursos humanos, como factor determinante en la industria turística.

##### **6.4.1. Segmentación de Mercado**

La segmentación de mercado para Kotler y Armstrong (2003) consiste en "Dividir un mercado en grupos de compradores que tienen necesidades, características o comportamientos bien definidos y que podría requerir productos o mezclas de marketing distintas" (p.61).

#### **6.5. Competencia**

Para Meirieu (1991) una competencia es un saber identificado, que pone en juego una o más capacidades dentro de un campo nocional o disciplinario determinado. El autor precisa que ese saber exige el control de los materiales que se va a utilizar (p. 181 et 17).

Sin embargo, en la economía la competencia hace alusión a una situación propia de un mercado en donde existen varios oferentes y demandantes para un bien o un servicio determinado.

#### **6.6. Objetivos del Plan de Marketing**

Los objetivos constituyen un punto central en la elaboración del plan de marketing, tal y como lo afirma Muñiz (2010):

"Los objetivos y todo lo que les precede conduce al establecimiento de los mismos y todo lo que les sigue conduce al logro de ellos. Los objetivos en principio determinan numéricamente dónde queremos llegar y de qué forma; estos además deben ser acordes al plan estratégico general, un objetivo representa también la



solución deseada de un problema de mercado o la explotación de una oportunidad".

### **6.7. Estrategias del Plan de Marketing**

Muñiz (2010) expresa que: "Las estrategias son los caminos de acción de que dispone la empresa para alcanzar los objetivos previstos; cuando se elabora un plan de marketing estas deberán quedar bien definidas de cara a posicionarse ventajosamente en el mercado y frente a la competencia, para alcanzar la mayor rentabilidad a los recursos comerciales asignados por la compañía".

### **6.8. Ejecución y control del Plan**

De igual manera, Muñiz (2010), señala que "el control es el último requisito exigible a un plan de marketing, el control de la gestión y la utilización de los cuadros de mando permiten saber el grado de cumplimiento de los objetivos a medida que se van aplicando las estrategias y tácticas definidas. A través de este control se pretende detectar los posibles fallos y desviaciones a tener de las consecuencias que estos vayan generando para poder aplicar soluciones y medidas correctoras con la máxima inmediatez".

## **Tema 7: Análisis Económico.**

El análisis económico de una empresa u organización está determinado principalmente por los estados generales de contabilidad y finanzas, sustentados en los estados financieros, balance general y demás soportes financieros de la empresa.

Con éste análisis la empresa puede definir las proyecciones de gastos en que se incurrirán debido a las metas previstas en el Plan de Negocio.



### **7.1. Costos de Inversión**

Es el costo de un bien, que constituye el conjunto de esfuerzos y recursos realizados con el fin de producir algo, la inversión está representada en: tiempo, esfuerzos o sacrificio, y recursos o capitales.

La producción de un bien requiere un conjunto de factores integrales que son:

- a) Cierta clase de materiales a transformar
- b) Un determinado número de horas de trabajo-hombre, remunerables
- c) Maquinarias, herramientas, etc. y un lugar adecuado en el cual se lleve a cabo el proceso de transformación.

### **7.2. Costos de Operación**

Costos incurridos para fabricar un producto o prestar un servicio. Costo de materiales, mano de obra y de los gastos indirectos de fabricación encargados a los productos en proceso. Este costo económico se desdobra en costo contable que comprende el valor del gasto en materias primas y auxiliares, desgaste de la maquinaria y equipo y, salarios y, la ganancia como renta bruta. Por consiguiente, para obtener la ganancia como renta bruta, debe restarse de los ingresos netos (costo económico), el costo contable de producción imputable a tales ingresos. Si el bien no se ven-de, estas erogaciones quedan incorporadas en el inventario de productos gravados.

### **7.3. Cuantificación de los Beneficios por Actividad**

Esta permite medir las ventajas e inconvenientes de la realización de proyectos, reduciéndolos a una medida común que tenga relación con el objetivo perseguido y que permita comparar los distintos componentes tanto de los costos como los beneficios. En general se debe especificar de forma clara y precisa el proyecto o

programa que se quiere estudiar, posteriormente se debe describir en forma cuantitativa las entradas (insumos) y salidas (resultados del programa), luego calcular los costos beneficios de estas entradas y salidas, por último comparar estos beneficios y costos. Quiroga. R. (2005).

#### **7.4. Margen de Utilidad**

El margen de utilidad es el retorno positivo de la inversión originada por la empresa. En otras palabras, es la diferencia entre el precio de venta y todos los costos fijos y variables involucrados en la comercialización y en el mantenimiento de la empresa.

#### **7.5. Precio de los Servicios. Costos Vs Precios de Mercado**

La empresa se ve obligada a fijar el precio de un producto en el momento en el que lo lanza al mercado o lo introduce en un nuevo segmento o en un nuevo canal de distribución. En ese momento tiene que tomar una decisión crucial para la vida de ese producto y, por lo tanto, debe ser extremadamente cuidadosa en el análisis de todos los elementos involucrados. Para fijar los precios, la empresa debe seguir seis pasos con anterioridad:

1. Determinar los objetivos de Marketing: como hemos venido diciendo, el precio forma parte de la estrategia global de la empresa y, en concreto, de la estrategia de Marketing, por lo que tiene que estar íntimamente relacionado con los planes de este departamento.
2. Estimar la demanda: debe analizar las posibles cantidades que pueden venderse en ese precio determinado.
3. Calcular la variación de costes en función de los distintos niveles de producción posibles.
4. Examinar a la competencia: debe conocer los precios, costes y ofertas de los competidores para tener referencias válidas y posibilidades de prever escenarios futuros, con el fin de poder reaccionar ante cambios del a competencia.



5. Determinar el sistema de fijación de precios que va a seguir.
6. Seleccionar el precio final teniendo en cuenta la influencia de otros elementos de Marketing Mix sobre el mismo. Pérez, D. y Pérez, I. (2006).

El análisis económico, a como su conceptualización lo dice, evalúa la situación económica y financiera actual en la que se encuentra una entidad. Este estudio permitirá por tanto medir las inversiones requeridas para poner en funcionamiento las actividades proyectadas por la cooperativa, al igual que permite medir causas, consecuencias y riesgos que puedan surgir a través del desarrollo de sus acciones con el fin de buscar su rentabilidad en el mercado.

Además es de gran importancia para el desarrollo de la cooperativa ya que, a partir de esto se pondrá en valor los productos y servicios a ofertar en el mercado, al igual que se conocerá el margen de utilidad que permitirá el desarrollo económico de la misma y por ende de sus asociados.



#### IV. Preguntas Directrices

1. ¿Qué características generales y estructurales presenta la Cooperativa en estudio?
2. ¿Cuáles son las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que presenta la COTCOTINAT R.L?
3. ¿Cuál es la oferta turística que será puesta en valor por la cooperativa en estudio?
4. ¿Qué perfil tiene la demanda turística de la COTCOTINAT R.L?
5. ¿Qué aspectos económicos indicarán la rentabilidad de la venta de productos y servicios turísticos?



## V. Diseño Metodológico

### Tipo de Estudio

Este estudio conlleva a la posible solución de un problema y se caracteriza por ser de enfoque Mixto; de acuerdo al enfoque cualitativo se busca la comprensión interpretativa y comprensiva de la realidad del contexto investigado para analizar con mayor profundidad la información obtenida y que de ésta manera se dé respuesta a las preguntas de investigación. Así mismo, pertenece al enfoque cuantitativo puesto que se hará un estudio financiero que posibilite conocer el financiamiento necesario para el funcionamiento de la cooperativa.

De igual manera está orientada a la exploración, debido a que no existen estudios locales sobre estrategias de desarrollo turístico vinculadas al diseño de Planes de Negocios para cooperativas, lo que permite indagar en un fenómeno desconocido y ser una guía para posteriores estudios.

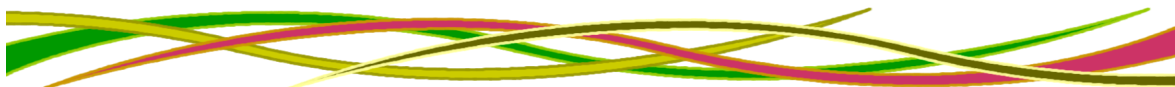
Es importante mencionar que para la realización de este estudio se utilizó y se adaptó la metodología de un Plan de Negocio realizado en Quintana Roo, México (Plan de Negocios para la Cooperativa de Servicios Turísticos *Bahía Blanca*) y la "Guía para elaborar un plan de negocio" el cual fue elaborado por el Instituto Politécnico Nacional de México en el 2006, dando como resultado de esta unión la estructura de la "Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario *Ticuantepe Natural Travel* R.L.

### Universo y Muestra

El universo es el Municipio de Ticuantepe.

La muestra es la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L y para facilitar aún más la búsqueda de información, se definieron para el estudio informantes claves:

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L



- 8 Socios de la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L.
- 1 funcionario de la Oficina de Turismo de Ticuantepe
- Turistas que visiten el municipio de Ticuantepe (no se define cantidad por falta de registros de visitas en la zona).

### Técnicas:

- Revisión Documental:** Es una técnica de revisión y de registro de documentos que fundamenta el propósito de la investigación, el desarrollo del marco teórico y permite al investigador estar actualizado en el tema de estudio.
- Observación In situ:** Sirve para valorar el estado actual del entorno en el cual se desarrollará la investigación.
- Entrevistas:** Se utilizará principalmente para la obtención e intercambio de información entre el Entrevistador y el entrevistado.
- Encuestas:** Sirven para conocer la opinión de los turistas nacionales y/o extranjeros con el fin de realizar un análisis del perfil de la demanda en la zona.
- Grupo Focal:** Es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, que consiste en la reunión de un grupo de personas, con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión.

### Instrumentos:

- Guía de Entrevistas:** Este instrumento fue dirigido a los socios y socias de la COTCOTINAT R.L y al presidente del Gabinete de Turismo del municipio de Ticuantepe.



- 🌿 **Encuesta:** Estuvo dirigida a turistas nacionales y/o extranjeros que visitaron el municipio los fines de semana ya sea de forma organizada o independiente.
- 🌿 **Metodología del Grupo Focal:** Fue dirigido a los socios y socias de la COTCOTINAT R.L, con el fin de extraer información para realizar el análisis FODA, a través de una dinámica en donde expresaron desde su perspectiva cuales consideran ellos que son sus puntos fuertes y aquellos en los que deben de mejorar como cooperativa.

#### Equipos de Apoyo:

- 🌿 Grabadoras
- 🌿 Cámaras Digitales
- 🌿 Libretas de Apuntes
- 🌿 Computadoras
- 🌿 Memorias USB



### 5.1. Matriz de Descriptores

#### Objetivo General:

- Elaborar un plan de negocios como estrategia de desarrollo turístico para la Cooperativa de Turismo Comunitario “Ticuantepe Natural Travel” R.L. permitiendo el funcionamiento de forma eficaz, eficiente y sostenible.

Objetivos Específicos	Pregunta Directriz	Descriptores	Pregunta Variable	Herramienta	Fuente
1. Caracterizar de forma general y estructural la Cooperativa de Turismo Comunitario “Ticuantepe Natural Travel” R.L.	¿Qué características generales y estructurales presenta la cooperativa en estudio?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Historia</li> <li>- Logotipo</li> <li>- Misión</li> <li>- Visión</li> <li>- Valores</li> <li>- Líneas Estratégicas</li> <li>- Estructura Organizativa</li> </ul>	¿Cuál es la misión, visión y valores de la cooperativa? ¿Cuáles son sus líneas estratégicas? ¿Cómo está estructurada internamente?	Revisión Documental  Entrevistas	Documentación legal  Socios y Socias de la COTCOTINAT R.L



<p>2. Elaborar un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la COTCOTINAT R.L.</p>	<p>¿Cuáles son las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que presenta la COTCOTINAT R.L.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalezas</li> <li>- Oportunidades</li> <li>- Debilidades</li> <li>- Amenazas</li> </ul>	<p>¿Cuáles son las fortalezas y oportunidades que presenta la cooperativa? ¿Qué debilidades y amenazas afectan a la cooperativa?</p>	<p>Observación In Situ  Grupo Focal</p>	<p>Socios y Socias de la COTCOTINAT R.L</p>
---	--	--	--	---	---





<p>3. Definir la oferta turística que será puesto en valor por la cooperativa en estudio.</p>	<p>¿Cuál es la oferta turística que será puesta en valor por la cooperativa en estudio?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos Turísticos</li> <li>- Servicios Turísticos</li> <li>- Infraestructura, Equipamiento y Servicios</li> </ul>	<p>¿Qué tipos de recursos turísticos existentes puede aprovechar la COTCOTINAT R.L?                  ¿Cuáles son los servicios turísticos que incluirá en su oferta?                  ¿Qué tipo de infraestructura y equipamiento presenta el municipio?</p>	<p>Observación in situ  Entrevista</p>	<p>Socios y Socias de la COTCOTINAT R.L  Presidente del Gabinete de Turismo del Municipio de Ticuantepe.</p>
---	---	--	--	--	--





<p>4. Realizar un análisis de mercado para la elaboración de un Plan de Marketing de la COTCOTINAT R.L.</p>	<p>¿Qué perfil tiene la demanda turística de la COTCOTINAT R.L?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entorno general</li> <li>- Demanda Turística</li> <li>- Análisis del mercado</li> <li>- Competencia</li> <li>- Objetivos y estrategias del Plan de Marketing.</li> </ul>	<p>¿Cuáles son las condiciones del entorno general que inciden en la cooperativa?                  ¿Cuál será la demanda de la Cooperativa?                  ¿A qué mercado va dirigido los productos y servicios de la cooperativa?                  ¿Cómo se comporta la competencia de la cooperativa y qué nos hace falta para competir con ellos?                  ¿El establecimiento</p>	<p>Observación In situ</p> <p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>	<p>Socios y Socias de la COTCOTINAT R.L</p> <p>Presidente del Gabinete de Turismo del Municipio de Ticuantepe.</p> <p>Turistas (Nacionales y Extranjeros)</p>
---	---	---	---	--	---



			de objetivos y estrategias es la mejor opción para insertar la Cooperativa en el mercado turístico?		
5. Presentar un análisis económico que refleje la rentabilidad de la venta de los productos y servicios turísticos.	¿Qué aspectos económicos indicarán la rentabilidad de la venta de productos y servicios turísticos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costos de Inversión</li> <li>- Costos de Operación</li> <li>- Cuantificación de los Beneficios por Actividad</li> <li>- Margen de Utilidad</li> </ul>	¿Cuál será el margen de utilidad y los beneficios que la cooperativa obtendrá a partir de la venta de productos y servicios turísticos?	Revisión Documental	<p>Documentación Contable</p> <p>Lic. En Contabilidad</p>



A photograph of a dense forest with large trees and thick undergrowth. A yellow rounded rectangle is overlaid on the upper part of the image, containing the word 'Resultados' in a black cursive font.

# *Resultados*





Considerando que la cooperativa carece de una estrategia de desarrollo turístico que le permita iniciar operativamente para lograr generar y/o diversificar los ingresos de sus cooperados y cooperadas, se presenta el Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuan-tepe Natural Travel", el cual consta de 5 capítulos. Todos responden a la necesidad prioritaria de la cooperativa.

**Entre ellos figuran:**

Capítulo I. Aspectos Generales y Estructurales: Permite conocer la estructura interna y muestra el grado de avance de la cooperativa y sus necesidades en temas organizativos y operativos.

Capítulo II. Análisis FODA: En este acápite se evalúa cada elemento y se refleja las principales debilidades de la cooperativa, las que orientaron el estudio para determinar la propuesta de desarrollo turístico para la misma.

Capítulo III: Oferta Turística: Este es un aspecto clave el cual sirve de insumo base para la elaboración y diseño de productos turísticos que serán puestos a la venta por la cooperativa para su auto mantenimiento.

Capítulo IV: Plan de Marketing: Se establecen objetivos, estrategias y acciones encaminadas a la promoción y comercialización turística para colocar a la COTCOTINAT R.L como una empresa líder en el mercado turístico.

Capítulo V: Análisis Económico: Económicamente es un capítulo de gran importancia ya que a partir de él se pretende conocer la rentabilidad de la cooperativa una vez que empiece a trabajar en el campo del turismo.

Es importante tomar en cuenta que cada uno de estos aspectos se realiza para cumplir con los objetivos de la cooperativa y de esta manera empezar a operar en el mercado ofreciendo sus servicios de forma organizada, lo cual les proporcionará una imagen más profesional y comprometida con su labor.



Two pineapples are positioned at the top corners of the page, one on the left and one on the right, against a yellow background. The pineapples are ripe with golden-brown skin and green crowns.

# Capítulo I

A large, thick tree trunk with prominent buttresses is the central focus of the image. The tree is surrounded by dense green foliage in a forest setting. Sunlight filters through the leaves, creating a dappled light effect on the tree trunk and the forest floor.

## *Aspectos Generales y Estructurales*



### 1.1. Denominación de la Cooperativa

COPERATIVA DE TURISMO COMUNITARIO "TICUANTEPE NATURAL TRAVEL" R.L.

Siglas: COTCOTINAT R.L

Con domicilio social en el Municipio de Ticuantepe, Reparto Juan Ramón Padilla, 2da Calle 1 C abajo.

### 1.2. Historia

La Cooperativa se constituyó el día viernes 9 de Enero del 2015 por iniciativa del Instituto Nicaragüense de Turismo y el Proyecto Ruta Colonial y de los Volcanes. Durante una sesión con los socios se acordó que el nombre sería Cooperativa Multifuncional Ticuantepe Natural Travel R.L, pero este fue cambiado a Cooperativa de Turismo Comunitario Ticuantepe Natural Travel R.L. con el objetivo de delimitar el rubro económico en donde se desempeñaría, puesto que al ser una cooperativa multifuncional podría realizar cualquier actividad de tipo comercial y se alejaba del propósito por el cual fue conformada.

Inicialmente fueron 19 asociados (6 mujeres y 13 varones), de los cuales actualmente el 40 % está inactivo. Para hacer realidad la Cooperativa, los socios recibieron 40 horas reglamentarias de cooperativismo, durante este período se les impartió diferentes temas acerca del funcionamiento de la organización, así mismo se realizó la elección de la Junta Directiva y los Comités.

En la siguiente tabla se enlista a cada uno de los asociados de la cooperativa. Así mismo se refleja en ella el oficio que tienen y los que están activos, inactivos o que han renunciado por algún motivo personal.

<b>Tabla N° 2:Lista de asociados de la COTCOTINAT. R.L</b>					
<b>No</b>	<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Oficio</b>	<b>Activo</b>	<b>Inactivo</b>	<b>Renunció</b>
1	Alejandro de Jesús Velásquez Aguilera	Guía Turístico		☹️	
2	Omar de Jesús Mercado Marengo	Artesano	😊		
3	Miguel Ángel Valle Membreño	Guía Turístico	😊		
4	Esteibi Arlen Ríos Ayala	Estudiante	😊		
5	José Ismael López Dávila	Guía Turístico		☹️	
6	Oswaldo Adán Saballos Valle	Guía Turístico	😊		
7	Luisa Amanda Reynoza Sánchez	Asistente de Turismo	😊		
8	Misael Antonio Obando Calero	Guía Turístico	😊		
9	Héctor Eliezer Obando Calero	Guía Turístico		☹️	
10	Alan Danilo Pasos López	Guía Turístico		☹️	
11	Keyling Juditza Robles Vanegas	Guía Turístico		☹️	
12	José Elías López Dávila	Guía Turístico	😊		
13	Marlene del Socorro Ruiz Pérez	Técnico de Campo	😊		
14	Karen Michelle Selva Sánchez	Guía Turístico			●
15	Angélica Marbely Valle Sánchez	Estudiante	😊		
16	Walter José Espinoza	Administrador de Empresas			●
17	José Noel Saballos Valle	Guía Turístico	😊		
18	Victor Manuel Ubau Alemán	Guía Turístico		☹️	
19	Bayardo Antonio Berrios Gómez	Guía Turístico		☹️	

Además algunos socios han sido parte de las capacitaciones impartidas por La Cooperativa de Servicios Profesionales de Consultorías y Asesorías para la Formación y el Desarrollo Integral Empresarial (COOSEPROCADIE, TEXOXEL R.L) bajo la dirección del INTUR.

Así lo afirma, el joven Misael Antonio Obando Carrera (Guía y Socio de la Cooperativa): "Fuimos capacitados con 40 horas de cooperativismo por parte del INTUR y de la Ruta Colonial y de los Volcanes, sobre temas relacionados al turismo y sobre técnicas de guiado de turismo. También en esas horas se aprovechó para organizar los cargos que cada quien iba a tener, las funciones que iban a desempeñar y se crearon la misión y visión de la cooperativa con ayuda de los encargados del proyecto" (21/11/2015).

Estas capacitaciones tenían el objetivo de brindar a los asociados los conocimientos necesarios para desempeñar eficazmente su cargo dentro de la cooperativa.

### 1.3. Slogan

Durante las entrevistas que se realizaron a los socios de la cooperativa, se conoció que actualmente esta organización no cuenta con un slogan que los identifique en el mercado, de acuerdo a lo expresado por José Noel Saballos Valle (Tesorero de la cooperativa) "Aun no contamos con un slogan que nos identifique porque tenemos poco tiempo de haber empezado, pero si pretendemos crearlo en un futuro" (30/11/2015).

Por lo tanto se ha decidido proponer uno para que la COTCOTINAT R.L pueda ofrecer sus productos y servicios con mayor fuerza sobre la demanda.

El slogan que se propone es:

**"El Placer de Vivir, Viajar y Descubrir"**



Este slogan se refiere a las experiencias satisfactorias que los clientes de la cooperativa pueden tener al consumir los productos y servicios de esta, además hace referencia que en cada viaje se descubre y se aprende algo nuevo, y eso es lo que la cooperativa pretende al ofrecer sus servicios.

#### 1.4. Logotipo



El Logotipo que se muestra a continuación de la COTCOTINAT R.L ha prevalecido desde el mes de enero del 2015. Para la creación del logo se realizó una convocatoria por parte del ex presidente de la cooperativa (Walter Espinoza), con el motivo de diseñar propuestas por parte de los socios y socias.

Imagen No 1: Primer logo de la Cooperativa

Por ello, algunos asociados se dieron a la tarea de plasmar sus ideas de un posible logo dibujado a mano en hojas de papel y surgieron diferentes propuestas, siendo la más completa y representativa la propuesta de la Señorita Esteibi Arlen Ríos Ayala, elaborada de forma digital dando realce a los elementos existentes dentro de él, por lo cual los asociados decidieron que esta era la propuesta más completa que contenía los elementos necesarios para la identificación tanto del municipio como de la cooperativa quedando este como el logo oficial de la COTCOTINAT R.L.

A continuación se realiza la descripción de cada elemento por el que está conformado el logo, según su creadora:

**Chocoyo Verde;** Es un elemento que identifica al Municipio de Ticuantepe por poseer una gran variedad de esta especie, y en este logo refleja los grandes cerros que los turistas pueden escalar para conocer su biodiversidad.

**El Turista:** El turista es el *elemento dinamizador de la actividad turística* por lo tanto es indispensable agregarlo como reflejo de la importancia que tiene para el crecimiento de la cooperativa y el desarrollo del turismo a nivel nacional.

Las **pequeñas aves** al fondo del logo refleja la gran variedad de aves que se pueden encontrar en todo el territorio nicaragüense pero principalmente en el municipio de Ticuantepe.

**Pinos en el círculo:** A como se sabe es indispensable que este elemento sea integrado porque simboliza la inmortalidad, perseverancia y la fecundidad que son los tres pilares sobre los que descansa el cooperativismo.

**Círculo de 3 líneas:** Lo que demuestra que somos una cooperativa comprometida con el desarrollo del turismo sostenible y que trabaja bajo los 3 ejes de la sostenibilidad que son: **socio-económico**, **Socio-cultural** y **ambiental**.

#### 1.4.1. Ajustes al Logo



Imagen No2: Actual Logo de la Cooperativa

Tomando en cuenta que la tipología de la Cooperativa ha cambiado, se ha realizado los ajustes correspondientes para que este logo pueda ser utilizado por la organización para su comercialización en el mercado turístico con su nombre actual y vaya siendo reconocido por el mercado turístico.

El ajuste que se le ha hecho es la actualización de las siglas de la Cooperativa COTCOTINAT. R.L.

## 1.5. Objetivos

Para la creación e implementación de la cooperativa fue de gran importancia el planteamiento de objetivos tanto general como específicos, dado a que estos guiarán el curso de las acciones que desarrollará la cooperativa durante sus actividades, permitiendo el buen funcionamiento y por ende un desarrollo para dicha entidad.

### Objetivo General:

- Desarrollar capacidades de trabajo para mejorar el nivel de vida de sus asociados, promoviendo el desarrollo turístico en Ticuantepe a través de planificación, desarrollo, organización y ofertas innovadoras para turistas nacionales y extranjeros y de esta forma incidir en la protección del medio ambiente.

### Objetivos Específicos:

- Promover acciones para el desarrollo turístico y fortalecimiento de capacidades, habilidades y destrezas a través de capacitaciones.
- Garantizar una educación integral de calidad.
- Gestionar recursos materiales y económicos mediante alianzas, hermanamientos y convenios con diferentes entidades o personas, sean estas naturales o jurídicas, nacionales y extranjeras.
- Prestar servicios integrales para el desarrollo económico, social y cultural de los miembros de la cooperativa, de las comunidades y municipio del sector turístico a través de proyectos turísticos que beneficien a los asociados y las comunidades.

Para la COTCOTINAT R.L se plantearon los objetivos específicos presentados anteriormente, dentro de los cuales aún no se concibe la creación y comercialización de productos y servicios turísticos como una de las principales actividades potenciales para dinamizar la economía de la cooperativa. Por lo cual

más adelante en el desarrollo del documento se plantean como propuesta dichas actividades, fortaleciendo de esta manera la economía de la Cooperativa de Turismo Comunitario.

### 1.6. Misión

Aportar al desarrollo económico dándonos a conocer como guías, en el municipio, organizándonos y proyectándonos multifuncionalmente en las distintas actividades de trabajo, divulgando todos los recursos naturales, históricos sociales en reconocimiento turismo sostenible.

### 1.7. Visión

Ser una asociación de personas emprendedoras de futuro, haciendo frente a las necesidades y aspiraciones socio económicas que fortalezcan nuestras necesidades para el crecimiento turístico para nuestro municipio a corto, mediano o largo plazo.

### 1.8. Valores Cooperativos

Estos valores permitirán, entorno a sus asociados, un desarrollo humanístico, ya que admiten y promueven una armonía entre sí, siendo esto un aspecto de importancia para la solidificación como cooperativa.

- 🌱 **Ayuda Mutua:** a partir de este valor se fomentará el trabajo en equipo, estableciendo un ambiente de trabajo fortalecido desde esta unión entre los asociados.
- 🌱 **Responsabilidad Limitada:** con este valor se pretende tener dentro de los trabajadores un mejor desempeño en las diversas labores que se les asigne.
- 🌱 **Democracia:** a través de dicho valor se pretende la equidad de derechos para los trabajadores dentro de la cooperativa, al igual que solidificar la armonía entre ellos.



- 🌱 **Igualdad:** consiste en la consideración de las diferencias de las personas por raza, sexo, condición social o económica, condición física, mental e intelectual.
- 🌱 **Equidad:** dentro de este valor se considera conveniente una igualdad en la nivelación del trabajo respecto a los empleados, igualdad de oportunidades en la ejecución de las diversas actividades.
- 🌱 **Solidaridad:** este valor permitirá la ayuda mutua entre los asociados, desarrollando mejores habilidades e innovaciones al interactuar y compartir opiniones entre sí, siendo esto importante para el desarrollo de la COTCOTINAT R.L.

## 1.9. Valores Éticos

Estos valores ayudaran al desempeño con profesionalismo por parte de los asociados, permitiendo la buena atención al cliente al ofertar los servicios y productos turísticos.

- 🌱 **Honestidad:** se pretende que la cooperativa crezca de forma interna y externa, ya que permite el desarrollo de la confiabilidad por parte de los diferentes asociados.
- 🌱 **Transparencia:** se concibe un trabajo responsable entorno al desempeño en las diferentes actividades de la cooperativa, dando como resultado la confiabilidad de parte de los trabajadores para los clientes y para la cooperativa.
- 🌱 **Responsabilidad Social:** se promueve el compromiso y la confianza en los trabajadores al momento de las asignaciones de las diferentes actividades.
- 🌱 **Preocupación por los demás:** este valor permitirá el desarrollo de actitudes humanistas entre los compañeros, dado que no solo permite la preocupación de desempeñar un trabajado eficiente individualista, sino más bien un trabajo en equipo.



- 🌱 **Respeto:** este valor no solo abarca el entorno empresarial, sino también el entorno ambiental, este aspecto originará la armonía tanto con los recursos naturales así como el trato con los clientes.

### 1.10. Principios Cooperativos

- 🌱 Libre ingreso y retiro voluntario de los asociados.
- 🌱 Voluntariedad solidaria, que implica compromiso recíproco en su cumplimiento y prácticas leales.
- 🌱 Control democrático: Un asociado, un voto.
- 🌱 Limitación de interés a las aportaciones de los asociados, si se reconociera uno.
- 🌱 Equidad, que implica la distribución de excedentes en proporción directa con la participación en las operaciones.
- 🌱 Respeto y defensa de su autonomía e independencia.
- 🌱 Educación cooperativa.
- 🌱 Fomento de la cooperación entre cooperativas.
- 🌱 Solidaridad entre los asociados.
- 🌱 Igualdad en derecho y oportunidades para asociados.

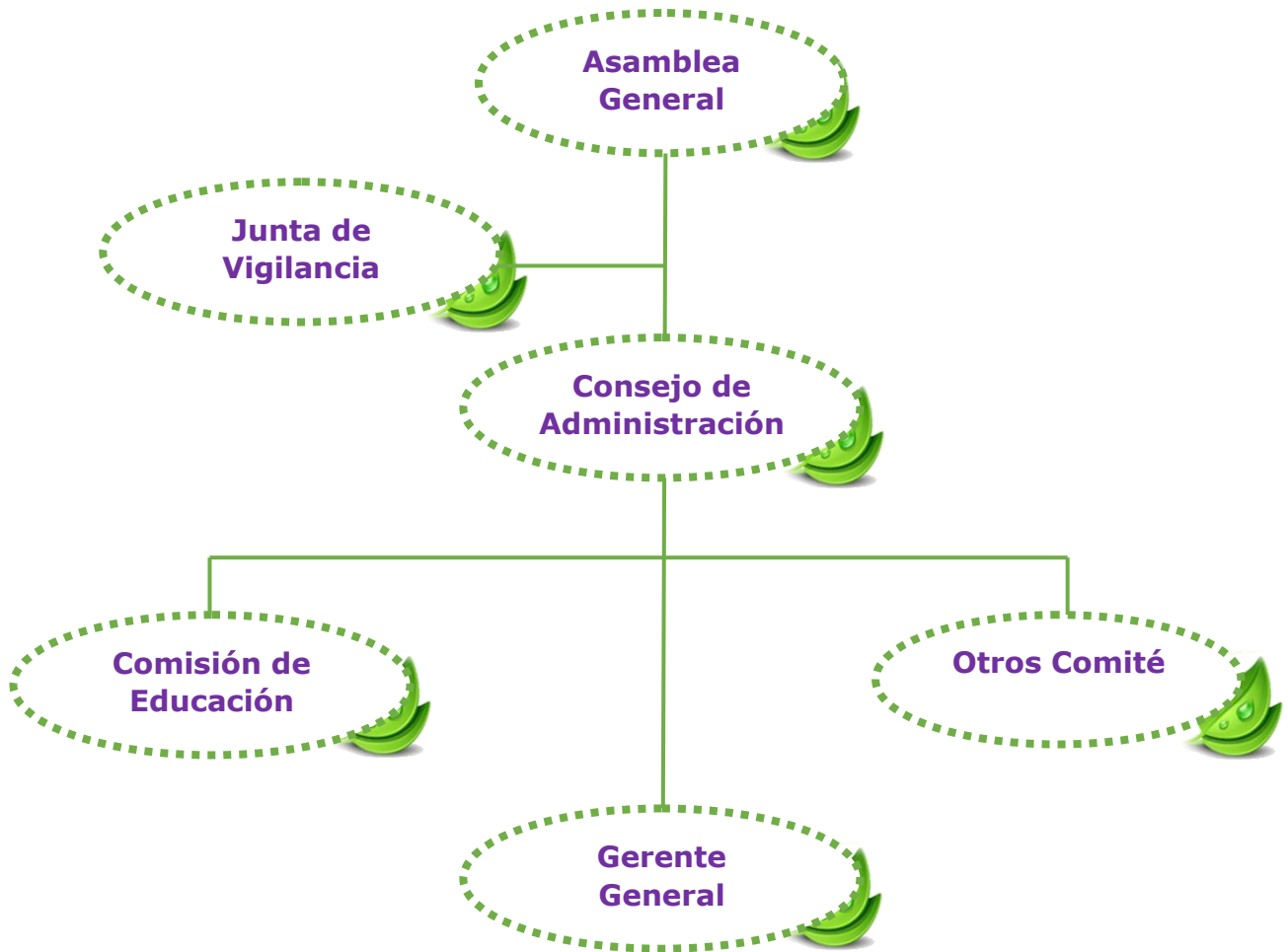
### 1.11. Líneas Estratégicas

Durante la fase de aplicación de instrumentos se pudo conocer que los asociados realizaron las líneas estratégicas que la cooperativa debe poner en marcha, pero están en posesión de los creadores del proyecto con el cual se formó la COTCOTINAT R.L, ya que estos las evaluarían para determinar su viabilidad.

Por tal razón, no se presentan en este estudio.

## 1.12. Organización y Dirección

A continuación se presenta la estructura organizacional actual de la COTCOTINAT R.L, luego se detallarán las funciones que tiene el personal para hacer de la cooperativa una organización competente y líder en el mercado turístico.



### 1.12.1. Funciones de los Órganos de Dirección de la Cooperativa

#### 1.12.1.1. Asamblea General de los Asociados

La asamblea General de Asociados es la máxima autoridad de la cooperativa y sus acuerdos obligan a todos los asociados presentes o ausentes y a todos los órganos de dirección y control de la cooperativa, siempre que se hubieran tomado

de conformidad con la Ley, su Reglamento, Estatuto y el Reglamento Interno de la Cooperativa.

### **Funciones:**

- 🌱 Aprobar y modificar el Estatuto y su Reglamento.
- 🌱 Aprobar las políticas generales de la Cooperativa y autorizar el presupuesto general.
- 🌱 Elegir y remover (revocar cargos) a los miembros del Consejo de Administración y de la Junta de Vigilancia cuando lo considere necesario.
- 🌱 Ratificar los nuevos ingresos.
- 🌱 Tomar resoluciones de los miembros del Consejo de Administración, Junta de Vigilancia y otros órganos permanentes.
- 🌱 Decidir sobre la distribución de los excedentes en base a las propuestas presentadas por el Consejo de Administración.
- 🌱 Entre otras.

#### **1.12.1.2. Consejo de Administración**

- 🌱 Tiene a cargo la dirección y administración de la cooperativa. Estará integrado por un número de cinco socios y socias miembros, electos por la Asamblea General de Asociados compuesto por el presidente, Vicepresidente, Secretaria, Tesorero y Vocal.

##### **1.12.1.2.1. Presidente**

El presidente es el representante legal de la Cooperativa en juicio y fuera de él.

- 🌱 Representar judicial y extrajudicialmente a la Cooperativa.
- 🌱 Velar por el estricto cumplimiento de los objetivos y fines de la Cooperativa.
- 🌱 Convocar a las Asambleas Generales y las reuniones del Consejo presidiendo dichos actos.
- 🌱 Ejecutar los actos de representación del Consejo de Administración.
- 🌱 Redactar junto con la Secretaria todos los informes o planes de actividades de la Cooperativa.

- Entre otros.

#### 1.12.1.2.2. Vicepresidente

- Actuará de adjunto el Presidente, asumiendo las funciones que específicamente éste le delegue y actuará en su ausencia como suplente con las mismas facultades y deberes que le asignan el Estatuto y el Reglamento Interno.

#### 1.12.1.2.3. Secretario

- Anotar en los libros de actas de la Asamblea General y de las reuniones del Consejo de Administración, todo lo concerniente a las mismas.
- Llevar el registro de los asociados de la Cooperativa, sus altas y bajas.
- Recibir en nombre de la Cooperativa y del Consejo de Administración, todas las constancias, correspondencia, solicitudes y documentos en general.
- Firmar junto con el Presidente todas las actas y acuerdos tomados por la Asamblea General.
- Entre otras.

#### 1.12.1.2.4. Tesorero

- El control contable de todas las actividades de la Cooperativa.
- La custodia de los títulos y derechos de la Cooperativa, la documentación bancaria, los certificados de aportación y otros de naturaleza similar.
- Administrar adecuadamente el Fondo de Operaciones. En caso de no existir Comités de Bienestar Social y de Crédito, deberá administrar el Fondo de Ahorro Personal y el Fondo de Bienestar Social.
- Entre otros.

#### 1.12.1.2.5. Vocal

- Sustituirá en su ausencia a cualquier miembro del Consejo de Administración a excepto del Presidente, quién será sustituido por el Vicepresidente y tendrán voz y voto en las decisiones tomadas.

### 1.12.1.3. Junta de Vigilancia

- Tiene a su cargo la supervisión de las actividades económicas y sociales de la cooperativa, la fiscalización de los actos del Consejo de Administración y de los demás órganos y servidores de la cooperativa, de conformidad con la ley y su reglamento, el Estatuto y el Reglamento interno de la Cooperativa y las resoluciones de la Asamblea General de los Asociados.

## 1.12.2. Funciones de los Comités

### 1.12.2.1. Comité de Educación

En esta Cooperativa funciona una Comisión de Educación y Promoción al Cooperativismo, el cual se encargará de todos los proyectos y programas relacionados al desarrollo intelectual de cada asociado de la Cooperativa, en todos los aspectos y principalmente en materia de cooperativismo, gestión empresarial, desarrollo ambiental, desarrollo de conocimientos técnicos acordes a la actividad económica.

#### Funciones

- Elaborar y ejecutar programas de capacitación y asistencia técnica en coordinación con instituciones dedicadas a esta labor.
- Elevar el nivel de los asociados y la comunidad mediante la promoción de actividades educativas y la creación de una Biblioteca.
- Realizar capacitaciones a los socios sobre el movimiento cooperativo, como mínimo diez horas semestrales.
- Entre otras.

### 1.12.2.2. Otros Comités

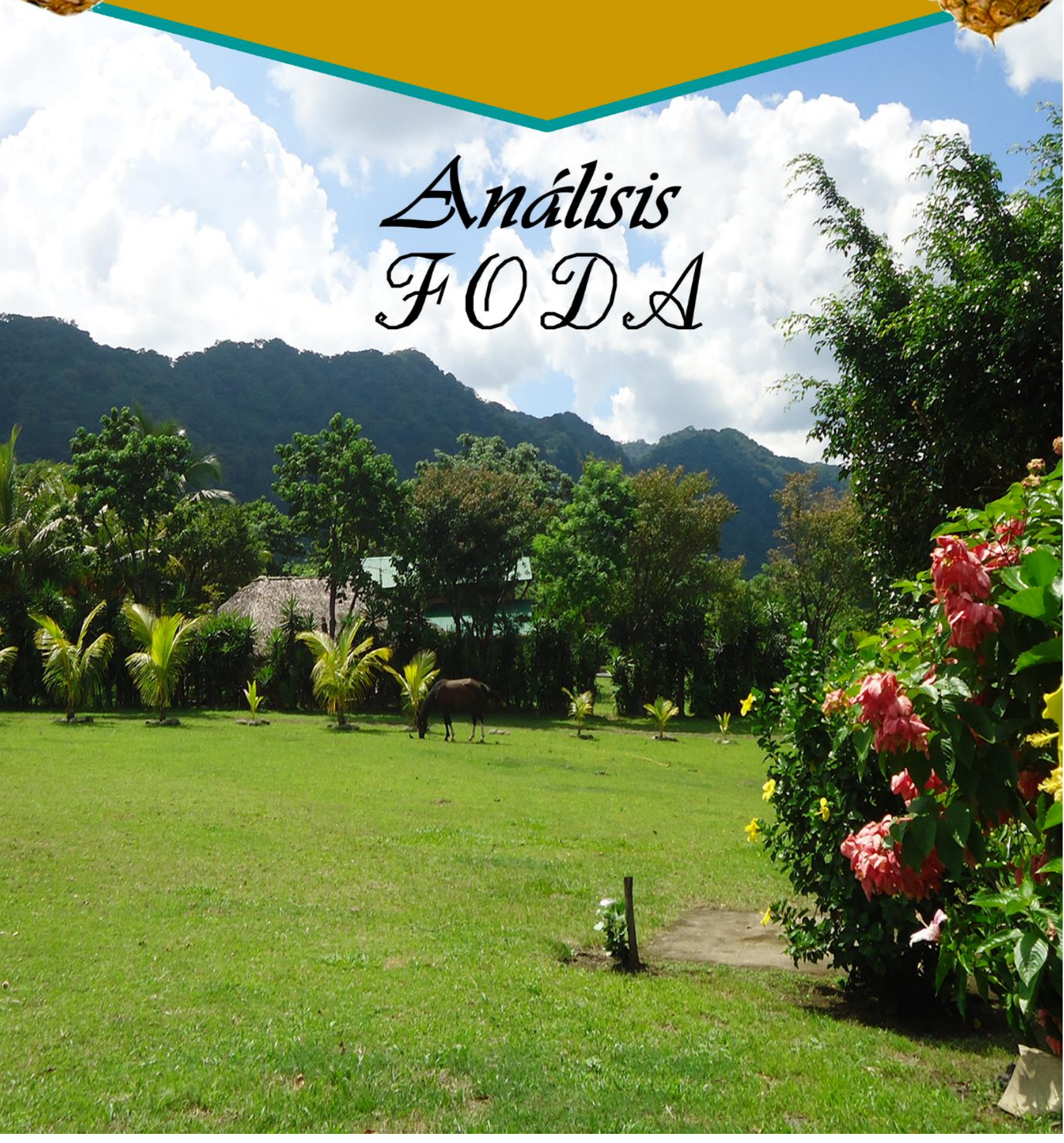
Los demás Comités de Trabajo, Crédito y Comercialización, entre otros, tienen asignadas las funciones contempladas dentro del Estatuto.





# Capítulo II

## *Análisis FODA*







El desarrollo de este aspecto se llevó a cabo a través de un grupo focal, el cual se realizó en las instalaciones de la Oficina de Turismo del Municipio de Ticuantepe el día 31 de Noviembre del 2015.

La actividad consistió primeramente en una breve explicación del FODA, por parte de las investigadoras de este trabajo monográfico, luego se realizó el debate de dicho tema entre los asociados sobre los elementos considerados internos y externos entorno a la cooperativa, posterior se definieron en conjunto con el grupo de investigadoras los cuatro elementos que se presentan a continuación.



Imagen N° 3: Socios de la Cooperativa en la Actividad del Grupo Focal

## 2.1. Fortalezas

- La cooperativa perteneció al proyecto de la Ruta Colonial y de los Volcanes, pero aún es beneficiaria del INTUR.
- La Cooperativa está legalmente constituida y cuenta con personería jurídica.
- La COTCOTINAT R.L se encuentra organizada estructuralmente ya que cuenta con misión, visión, valores y líneas estratégicas, los cuales fueron creados por los asociados durante las capacitaciones recibidas.
- La mayoría de los socios tiene conocimiento en técnicas de primeros auxilios para brindar seguridad al turista.
- Cuenta con personal capacitado en el tema del desarrollo del turismo sostenible, puesto que entre sus asociados se encuentra la Br. Esteibi Ríos quién está optando a su título de licenciatura de Turismo Sostenible a través de la elaboración de esta estrategia de desarrollo.
- 4 de los 10 socios activos tienen la licencia de Guía de Turistas otorgada por el INTUR y gozan de vasta experiencia en dirigir grupos.
- Guías poseen conocimientos en aves, lo que puede facilitar el desarrollo del aviturismo en la zona.
- Los socios tienen espíritu joven con buenas ideas para desarrollar el turismo.
- Los asociados de la cooperativa fueron capacitados por parte del INTUR y la Ruta Colonial y de los Volcanes en temas de cooperativismo y contabilidad en el caso del secretario de la COTCOTINAT R.L.

Respecto a esta última fortaleza se pudo percibir el grado de conocimiento que poseen los asociados y asociadas en temas de cooperativismo, siendo esto de gran provecho para los cooperados para poder ejercer las actividades como tal, lo cual se pudo constatar durante la aplicación de entrevista a la joven Angélica Marbely Valle Sánchez:



“Las capacitaciones en temas de turismo nos permiten reforzar nuestros conocimientos para desempeñar nuestras funciones dentro de la cooperativa, es muy importante como herramienta de innovación para la inserción en el campo turístico” (30/11/2015).

A partir de esto se considera un elemento fundamental dichos conocimientos ya adquiridos por parte de los asociados para tener un mejor desempeño en los proyectos que se puedan proponer a futuro como cooperativa y de igual manera a las actividades que se proponen en este plan.

## 2.2. Oportunidades

- 🌱 Ubicación del Municipio de Ticuantepe y su crecimiento turístico.
- 🌱 Existencia de varios recursos turísticos en la zona los cuales pueden ser aprovechados para comercializarlos en los diferentes tours y paquetes de la cooperativa.
- 🌱 Mejoramiento de las principales vías de acceso que conducen a los diferentes atractivos turísticos.
- 🌱 Apoyo por parte de la Alcaldía Municipal de Ticuantepe para la realización de cualquier actividad turística.
- 🌱 Facilidades para lograr financiamiento de organismos no gubernamentales y así ejecutar proyectos turísticos y/o recibir donaciones.
- 🌱 Apoyo del INTUR en promoción turística.
- 🌱 Participación en ferias para promover y vender los servicios que ofrecen.
- 🌱 Disponibilidad por parte de los prestadores de servicios de la zona, para hacer alianzas con la cooperativa.
- 🌱 Inserción de los servicios turísticos que ofrece la cooperativa en los paquetes de algunas Tour Operadoras.
- 🌱 Aumento de visitantes nacionales y extranjeros en el Municipio de Ticuantepe.

- ✔ Crecimiento de nuevas tendencias, como el Turismo Rural Comunitario y de Aventura. Tipologías que se pueden llevar a cabo en la zona.
- ✔ Incremento de los llamados "finés de semana largos" en el país.

### 2.3. Debilidades

- ✔ Carencia de un documento formal que les indique, cómo, cuándo, quien y con qué recursos deben iniciar sus operaciones.
- ✔ Falta de presupuesto para realizar diversas gestiones.
- ✔ Inexistencia de una oficina y su equipamiento.
- ✔ Falta de herramientas como: equipos para avistamiento de aves, botiquín de primeros auxilios, entre otros.
- ✔ Ausencia de material publicitario.
- ✔ Poco asesoramiento legal.
- ✔ Carencia de medios de transporte propio.
- ✔ Incumplimiento en los deberes de los asociados, especialmente en efectuar el desembolso de las aportaciones económicas contraídas con la cooperativa.
- ✔ Inasistencia de algunos asociados en reuniones debido a que son residentes en zonas rurales alejadas en el municipio de Ticuantepe.
- ✔ Aunque la cooperativa está organizada por una junta directiva, algunos socios no cumplen con las responsabilidades de los cargos que están desempeñando.
- ✔ Necesidad de personal capacitado en idiomas, principalmente inglés.
- ✔ Estancamiento en el diseño de productos turísticos y por lo tanto ventas nulas de servicios prestados por parte de la cooperativa.
- ✔ Falta de proyectos turísticos.
- ✔ Desmotivación por parte de los asociados para trabajar como cooperativa.
- ✔ No cuentan con un plan operativo o documento formal que indique a los y las socias las actividades a efectuar en un corto, mediano o largo plazo.

## 2.4. Amenazas

- 🌱 Disolución de la cooperativa por falta de interés de los asociados.
- 🌱 Multas por incumplimientos a sus deberes con las instituciones estatales.  
Por ejemplo:
  - Ser multados por la DGI por no hacer a tiempo los trámites correspondientes ante esta institución.
  - Sanciones del MEFCA por incumplimiento de informes trimestrales.
- 🌱 Declive de la actividad turística en el municipio.
- 🌱 Estacionalidad de la actividad turística.
- 🌱 Inseguridad en los atractivos.
- 🌱 Desastres naturales tales como: posible erupción del Volcán Masaya y/o tormentas que puedan afectar las condiciones de las principales vías de acceso que conducen a los diferentes recursos.
- 🌱 Situación socio-política del país.
- 🌱 Crisis económica mundial.

Este capítulo fue muy importante para la fundamentación de la Estrategia de Desarrollo a través de un plan de negocio, ya que fue dentro de las debilidades encontradas, a partir de las diferentes opiniones que proporcionaron los asociados y asociadas tomados como muestra para la aplicación de entrevistas, que se reafirmó la necesidad principal de la cooperativa, que es de contar con un Plan Operativo o documento formal que indique a los y las socias las actividades a efectuar y de qué manera hacerlo en un corto, mediano o largo plazo.

(Omar de Jesús Mercado Marengo) "la cooperativa ya está conformada legalmente pero no tenemos una guía que nos indique el camino a seguir, qué podemos hacer y de qué manera lo podemos hacer" (30/11/2015).

Por lo que este plan tiene como propósito fortalecer los puntos más débiles de dicha iniciativa, al igual que les proporciona las estrategias que se deben ejecutar para alcanzar el desarrollo y rentabilidad de la misma.



Two pineapples are positioned on either side of a yellow banner that has a teal-colored downward-pointing arrow shape at its bottom edge. The banner contains the text 'Capítulo III' in a blue, serif font with a white outline.

# Capítulo III

The background of the slide is a landscape photograph. It shows a vast valley covered in dense green forest. In the distance, a large, conical volcano rises against a blue sky with scattered white clouds. The foreground is filled with various green plants and shrubs.

## *Oferta Turística*



Se conoce que la oferta turística se centra en los atractivos existentes en cualquier destino, al igual que los bienes, servicios e infraestructura que puedan proporcionar estos, los cuales proveen las condiciones para que el consumidor extienda su estadía en el destino.

Por lo tanto, este capítulo es de gran interés para la Cooperativa de Turismo Comunitario, debido a que a partir de esta información se identifican los diferentes recursos que serán aprovechados y potencializados en el diseño de productos turísticos creados como propuesta para dicha organización.

Partiendo de lo anterior y tomando en consideración que el Municipio de Ticuantepe dispone de una diversificación respecto a la oferta (en su mayoría privada), de igual manera su demanda, esto debido al principal atractivo anzuelo el Refugio de Vida Silvestre Chocoyero-El Brujo. A partir de él se potencializan las oportunidades de la cooperativa para poder operar dentro de este territorio y tener una aceptación de parte de los consumidores potenciales.

Es necesario mencionar que parte de la información utilizada para este inventario es información secundaria, la cual fue recuperada del "Diagnóstico de la Oferta Turística del Municipio de Ticuantepe" elaborado por estudiantes del IV año de la carrera de Turismo sostenible durante las prácticas de familiarización en el año 2013.

Cabe destacar que durante la visita al municipio y entrevista con los socios de la cooperativa se actualizó la información; identificando nuevos servicios complementarios y descartando algunos establecimientos los cuales ya no se encuentran en funcionamiento.

### 3.1. Recursos Turísticos

#### 3.1.1. Recursos Naturales

Tabla N° 3: Reserva Silvestre Privada Montibelli	
<b>Tipo de Recurso</b>	Natural
<b>Sector</b>	Rural, comunidad Las Enramadas 2
<b>Dirección</b>	Km. 18 ½ Carretera Ticuantepe La Concha 2 ½ Km al Oeste.
<b>Propietario</b>	Carlos Belli
<b>Página Web</b>	<a href="http://www.montibelli.com.ni">www.montibelli.com.ni</a>
<b>Equipamiento</b>	Tiene elementos de infraestructura de comunicación, energía y agua potable, considerados estos como aspectos esenciales en el desarrollo del sitio como destino turístico.
<b>Registrado</b>	Por INTUR
<b>Comercialización</b>	Es nacional e internacional
<b>Jerarquía</b>	3, porque es un recurso representativo en la región centroamericana, es visitada por turistas nacionales mayormente (colegios, universidades) y extranjeros.



Imagen N° 4: Entrada a Finca Montibelli



Imagen N° 5: Vista Panorámica de la Finca



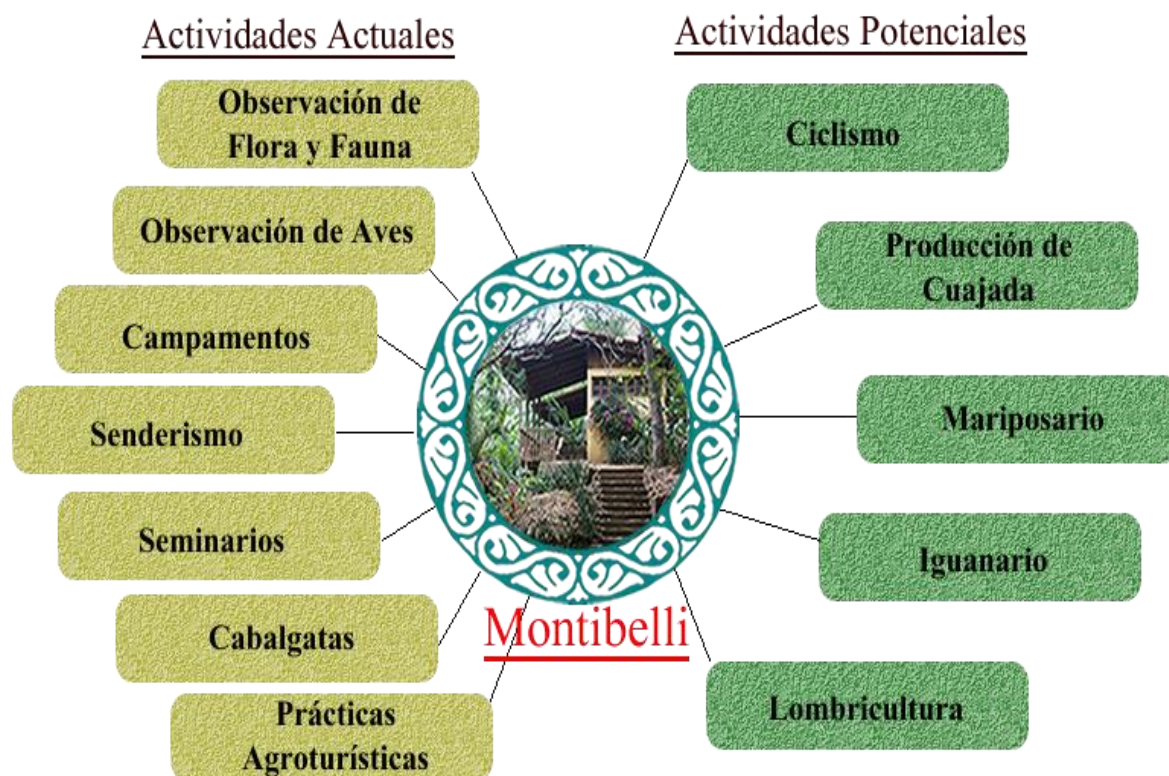
Imagen N° 6: Habitación Triple de Montibelli

### Descripción

Montibelli es una Reserva Silvestre Privada tiene una extensión de 162.5 hectáreas de bosque tropical seco con alturas que varían entre los 350 y 720 msnm. Actualmente 148 ha de la reserva se dedica a la regeneración natural del bosque y a la conservación, donde su mayor parte es bosque secundario maduro.



A continuación se muestra el listado de actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar en la Reserva Privada Montibelli.



Sin duda alguna, Montibelli ha sabido aprovechar las características climatológicas que presenta para implementar actividades variadas, siempre bajo el orden de la sostenibilidad. No obstante puede crear o realizar otras para poder tener una oferta más variada y así poder atraer más visitantes.

<b>Tabla N° 4: Refugio de vida Silvestre Chocoyero-El Brujo</b>	
<b>Tipo de Recurso</b>	Natural
<b>Sector</b>	Rural comunidad San José de Los Ríos
<b>Dirección</b>	Comunidad San José de los Ríos a 28 km de la capital de Managua.
<b>Propietarios</b>	Cooperativa Juan Ramón Rodríguez
<b>Equipamiento</b>	Cuenta con dos cabañas con una capacidad para 8 personas y la otra con capacidad para 2. En los servicios básicos con respecto a la energía, utiliza paneles solares, el agua proviene de la cascada el Chocoyero y comunicación telefónica (solamente hay señal movistar y muy poca).
<b>Registrado</b>	Por INTUR
<b>Comercialización</b>	Realiza a través de la oficina de información turística de Ticuanatepe, que brinda a sus visitantes material publicitario como: brochures, guía turística, mapas. Así mismo es comercializada por Tour Operadoras Turísticas.
<b>Jerarquía</b>	3, porque es un recurso representativo en la región centroamericana y es visitado por turistas nacionales) y extranjeros.



Imagen N° 7: Entrada al Centro de Visitantes



Imagen N° 8: Cabaña de la Reserva



Imagen N° 9: Cascada El Chocoyero

## Descripción

El Refugio de vida Silvestre fue Declarada reserva natural en el año 1993, y posteriormente fue categorizada como un Refugio De Vida Silvestre en el año 2005. Tiene una extensión aproximada de 132 ha en su zona núcleo y un área de amortiguamiento de aproximadamente 1,600 hectáreas.

Este Recurso Natural se caracteriza por conservar en él, un bosque tropical sub-húmedo, con una hermosa variedad de flora y fauna donde se albergan un total de 56 especies de mamíferos, 36 reptiles, y 11 anfibios; sin olvidar las 169 especies de plantas y 186 especies de aves donde 44 de ellas son migratorias.



A continuación se muestra el listado de actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar en el Chocoyero.



Esta reserva debe aprovechar sus recursos para seguir siendo el lugar turístico de mayor demanda de Ticuantepe, por ello su administración debe conseguir el financiamiento necesario para poner en marcha actividades potenciales como las que se muestran en el gráfico.

Si estas se llevan a cabo, pueden servir de modelo en la región por ser un destino completo y variado.

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L

Tabla N° 5: Río Jordán	
<b>Tipo de Recurso</b>	Natural
<b>Sector</b>	Rural
<b>Dirección</b>	Comunidad las nubes entre límites de Ticuantepe y el crucero
<b>Propietario</b>	Es un recurso compartido entre el municipio de Ticuantepe y el Crucero. Esta al cuidado de ambos municipios.
<b>Equipamiento</b>	No cuenta con el equipamiento necesario (servicios básicos, comunicación) es un sendero de aventura y se siguen las precauciones necesarias al momento de realizarlo.
<b>Registrado</b>	No está registrado, es supervisado por el personal de la reserva el Chocoyero.
<b>Comercialización</b>	Se hace a través del Refugio de Vida Silvestre el Chocoyero y la Finca agro turística Piña de Paz.
<b>Jerarquía</b>	2, ya que cuenta con el potencial necesario para ser ofertado a turistas locales, nacionales y de regiones próximas.



Imagen N° 10: Sendero al Río



Imagen N° 11: Cascada El Jordán



Imagen N° 12: Bajada de la Cascada El Jordán

## Descripción

Este recurso natural, comprende alrededor de 6 fincas cafetaleras, con la extensión aproximada de 350 manzanas de tierra, posee 169 especies de flora y 56 especies de fauna silvestre.

El Jordán es un sendero de aventura extrema, para los aficionados de las alturas, la aventura y las personas que les gusta interactuar con la naturaleza. Se puede recorrer en aproximadamente 6 horas y 45 minutos esto en dependencia de la condición física del turista.

A continuación se muestra el listado de actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar en el Río Jordán.

Actividades Actuales

Actividades Potenciales



Como se puede observar las actividades que se realizan en este recurso natural son pocas, por ende, una buena estrategia para hacer de este lugar más demandado es la creación de espacios con fines recreativos, es decir juegos de aventura para que los turistas que llegan hasta él tengan una opción más para divertirse y aprender a trabajar en equipo.



Tabla N° 6: Mirador El Ventarrón	
Tipo de Recurso	Natural
Sector	Rural comunidad Pablo Calero
Dirección y acceso	Ubicado al noroeste de Ticuantepe. El camino es de tierra y solo se puede llegar en una camioneta 4x4.
Propietario	La alcaldía Municipal
Equipamiento	No cuenta con ningún tipo de equipamiento ya que, es un recurso alejado.
Registrado	Inexistente
Comercialización	Inexistente
Jerarquía	1, Porque el recurso es conocido por las personas del municipio.



Imagen N° 13: Cerro El Ventarrón



Imagen N° 14: Panorámica del valle



Imagen N° 15: Vista del Volcán Masaya

### Descripción

Es un volcán inactivo, que ahora es cráter del volcán San Fernando, se presume que en algún tiempo se vuelva a activar, su altura es de 700 metros y para subir a este cráter se lleva aproximadamente de 30 a 35 minutos.

Este sitio es recomendado para todos aquellos aventureros que buscan algo nuevo por descubrir desde un punto privilegiado donde tendrá una vista panorámica y podrá observar el Lago Xolotlán, parte de la Capital, Laguna y Ciudad de Masaya, Volcán Mombacho y gran parte de la vegetación existente entre Managua y Granada.



A continuación se muestra el listado de actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar en el Mirador El Ventarrón.

Actividades Actuales

Observación de  
Flora

Senderismo



Mirador  
El Ventarrón

Actividades Potenciales

Parapente

Ciclismo

No hay duda alguna que este sitio es recomendado para gente aventurera que le gusta vivir la vida al máximo. Con su belleza cautiva a cualquiera y por sus características propias se pueden llevar a cabo actividades de mucha adrenalina como parapente y ciclismo.

Se necesitaría de bastante inversión para ser desarrolladas con seguridad, pero los resultados serían muy buenos por ser actividades innovadoras en la zona.



### 3.1.2. Recursos Históricos Culturales

Tabla N° 7: Museo Municipal Raúl Rojas	
<b>Tipo de Recurso</b>	Histórico-cultural
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Ubicado dentro de las instalaciones de la alcaldía municipal.
<b>Equipamiento</b>	Tiene todos los servicios básicos energía y agua potable y comunicación.
<b>Registrado</b>	Por INTUR
<b>Comercialización</b>	De la promoción se encarga la alcaldía municipal esta realiza convenios con colegios para que visiten el museo.
<b>Jerarquía</b>	2 ya que, el museo atrae turistas locales, nacionales, es visitado por colegios de los diferentes departamentos de Nicaragua.



Imagen N° 16: Entrada al Museo



Imagen N° 17: Exposición de Cerámica



Imagen N° 18: Mural alusivo a la Vida de los antepasados

#### Descripción

En él se albergan piezas arqueológicas encontradas dentro del territorio de Ticuantepe, especialmente en comunidades rurales actuales como San José de los Ríos y El Edén. Estos vestigios pertenecen según los estudiosos a la tribu de los Masagalpas, comunidad indígena que existió en esta de zona de Ticuantepe (y posiblemente en La Concepción).

En este museo se expone una colección de objetos arqueológicos que muestran la secuencia del desarrollo social de la localidad desde 500 a.C. hasta el contacto con los españoles en una exposición ambientada con murales alusivo a escenas de la vida precolombina de los nativos de la zona.

A continuación se muestra el listado de actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar en el Museo Municipal Raúl Rojas.

### Actividades Actuales

Exposición y Explicación de las Piezas Arqueológicas



Museo Municipal  
Raúl Rojas

### Actividades Potenciales

Presentación de Videos y/o Obras de teatro que expliquen la vida cotidianas de los indígenas

Las actividades que se realizan en el museo son limitadas por el tipo de recurso al que pertenece, no obstante el grupo de investigadoras propone nuevas actividades para que este sea una de las opciones a visitar dentro del Municipio de Ticuantepe.

Para que esto sea una realidad se debe coordinar visitas con diferentes colegios públicos y privados para que los niños y jóvenes conozcan más acerca de los antepasados de la zona y retomen la importancia que se le debe dar a este tipo de objetos precolombinos.

Así mismo se debe promocionar a nivel local y nacional para que las familias de las zonas aledañas lo visiten y conozcan ya que la entrada es completamente gratis y es buena opción para aprovechar el tiempo libre.

Según el encargado del Museo el Sr. Carlos Ampié manifestó que; "Aquí al museo vienen bastantes turistas nacionales y extranjeros y yo les explico todo sobre las piezas que tenemos" (01/12/2015), lo que refleja la aceptación que podría tener la actividad propuesta en el gráfico anterior para incrementar la demanda del sitio.



Tabla N° 8: Petroglifos "La Borgoña"	
Tipo de Recurso	Histórico- cultural
Sector	Urbano
Dirección	Barrió la colina. Frente al centro recreativo la borgoña 2c. Arriba media c. al lago.
Responsable	Alcaldía Municipal
Equipamiento	Inexistente
Registrado	No está registrado ante el INTUR
Comercialización	Inexistente
Jerarquía	1 ya que, es conocido solamente por los pobladores del municipio de Ticuantepé.



Imagen N° 19: Pictografías de "La Borgoña"

## Descripción

Estos petroglifos forman parte de la historia del municipio de Ticuantepé, en ellos se representa las creencias de las tribus Masagalpas en serpientes y sus dioses.

Tribus que según la historia poblaron el municipio y se establecieron en la zona, en ellos se observa serpientes caladas en piedras por los indígenas con una antigüedad aproximada de 500 años.

A continuación se muestra el listado de actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar en los Petroglifos de La Borgoña.

Actividades Actuales

Exposición de Petroglifos



Petroglifos  
La Borgoña

Actividades Potenciales

Presentación de Videos y/o Obras de teatro que expliquen la forma en que fueron elaboradas las piezas

Un dato importante que se debe tomar en cuenta es que a este sitio no se le está prestando el debido mantenimiento por las autoridades locales correspondientes y podría sufrir daños irreversibles ya que según el Joven Elías López, socio de la COTCOTINAT R.L “los petroglifos de la Borgoña están olvidados porque cerca está un botadero de basura y casi nadie les toma importancia” (21/11/2015).

Por lo tanto se cree que las autoridades municipales deben brindarles el mantenimiento adecuado a estas piezas o trasladarlas a otro sitio para que puedan ser observados y conocidos por más personas. Una vez realizadas estas acciones se puede desarrollar la actividad que se propone de presentación de videos y/o obras.

Este será uno de los recursos que conformará la oferta de la cooperativa para hacer frente con su principal impedimento de no empezar a funcionar en el mercado.



Tabla N° 9: Petroglifos de Finca Palestina	
<b>Tipo de Recurso</b>	Histórico-cultural
<b>Sector</b>	Rural comunidad Las Enramadas 2
<b>Dirección</b>	Km 19 de la carretera Ticuantepe – La Concha girando al oeste (la derecha) 2 ½ km camino de tierra.
<b>Propietario</b>	Rodolfo Robles
<b>Equipamiento</b>	Hay una infraestructura buena, hay comunicación telefónica, pero con respecto al servicio de luz y agua depende de la Reserva Montibelli.
<b>Registrado</b>	No está registrado
<b>Comercialización</b>	Se promociona a través de la reserva Montibelli.
<b>Jerarquía</b>	1 ya que, el sitio es solamente conocido por las personas de la localidad.



Imagen N° 20: Arqueología Encontrada en La Finca



Imagen N° 21: Petroglifos de La Finca

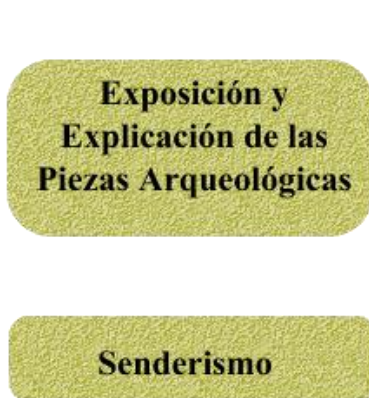
## Descripción

Esta finca tiene una extensión de 80 manzanas de tierra, se encuentran algunos vestigios arqueológicos de vida sedentaria de los indígenas en la zona, así también se encuentran unos petroglifos descubiertos hace 216 años, los expertos en el tema consideran que tienen aproximadamente de 2,000 a 2,500 años de antigüedad, esto se debe a que según algunas teorías Ticuantepe fue el primer lugar donde se asentaron los indígenas.



A continuación se muestra el listado de actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar en la Finca Palestina.

### Actividades Actuales



### Finca Palestina

### Actividades Potenciales



Para desarrollarse turísticamente esta Finca debe a empezar a implementar diversas actividades, ya que la demanda busca sitios que ofrezcan algo diferente, es decir visitan aquellos establecimientos que tienen una oferta variada y completa. Por lo tanto, se deberían desarrollar actividades como las que se proponen.

A modo de recomendación, la Finca debe hacer su propia publicidad en el mercado y dejar de depender de Montibelli para que este aumente sus visitas.

Tabla N° 10:Iglesia Sagrado Corazón de Jesús	
<b>Tipo de Recurso</b>	Histórico – cultural
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	De la vuelta de telcor 3 cuadras arriba
<b>Equipamiento</b>	Cuenta con todos los servicios.
<b>Registrado</b>	No está registrado
<b>Comercialización</b>	De boca en boca
<b>Jerarquía</b>	1 ya que, el sitio es solamente conocido por las personas de la localidad y es visitado solo en periodos de fiestas patronales o festividades religiosas.



Imagen N° 22: Entrada Principal a la Iglesia Sagrado Corazón de Jesús

### Descripción

Esta Parroquia fue diseñada por el arquitecto Felipe Ibarra, y su maestro de obras Zadis Aguirre. La construcción de esta Parroquia se comenzó a planear en enero de 1991, y a construir el 7 de Octubre de 1996, fue consagrada el 1ro de Julio de 2000, su Párroco es Rafael Bermúdez, en ella se realizan festividades patronales del 7 de junio al 15 junio.

Las campanas aún no se han usado. La torre fue construida de último, y tiene una capacidad de 600 feligreses.

El modelo arquitectónico de la iglesia y la historia de su construcción son de interés para los que la visitan.

A continuación se muestra el listado de actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar en la Iglesia Sagrado Corazón de Jesús.

Actividades Actuales

Actividad Potencial



Los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa han estado presentes en la humanidad y actualmente miles de peregrinos realizan estos tipos de viajes a diversos y muy variados santuarios, ya sea para ofrendar algo, pedir un favor o por cumplir con una tradición.

Por lo que se considera, que el turismo religioso puede representar una oportunidad considerable para el desarrollo de actividades turísticas en el Municipio de Ticuantepe y de esta forma conservar las tradiciones religiosas.

Así que se plantean recorridos dentro de la iglesia donde se explique su historia, aspectos religiosos y su modelo arquitectónico, del mismo modo este recorrido se puede realizar durante las procesiones o celebraciones que se realizan en honor al Sagrado Corazón de Jesús y La santa Cruz.

### 3.1.3. Recursos Socio-Económicos

Tabla N° 11: Cooperativa de Apicultura "COPEMUPROT"	
<b>Tipo de Recurso</b>	Socio- económico
<b>Sector</b>	Rural
<b>Dirección</b>	comunidad San José de los Ríos
<b>Responsable</b>	Organización Nicaragüense Amigos de la Tierra
<b>Equipamiento</b>	Todas las casas de los socios de la cooperativa cuentan con una infraestructura de vivienda sencillas tienen servicio de energía y agua potable la red de comunicación es movistar.
<b>Registrado</b>	Por la alcaldía municipal
<b>Comercialización</b>	A través de la cooperativa y la Alcaldía municipal.
<b>Jerarquía</b>	1 porque la cooperativa no sea dado a conocer fuera de la localidad



Imagen N° 23: Fachadas de las fincas de apicultura

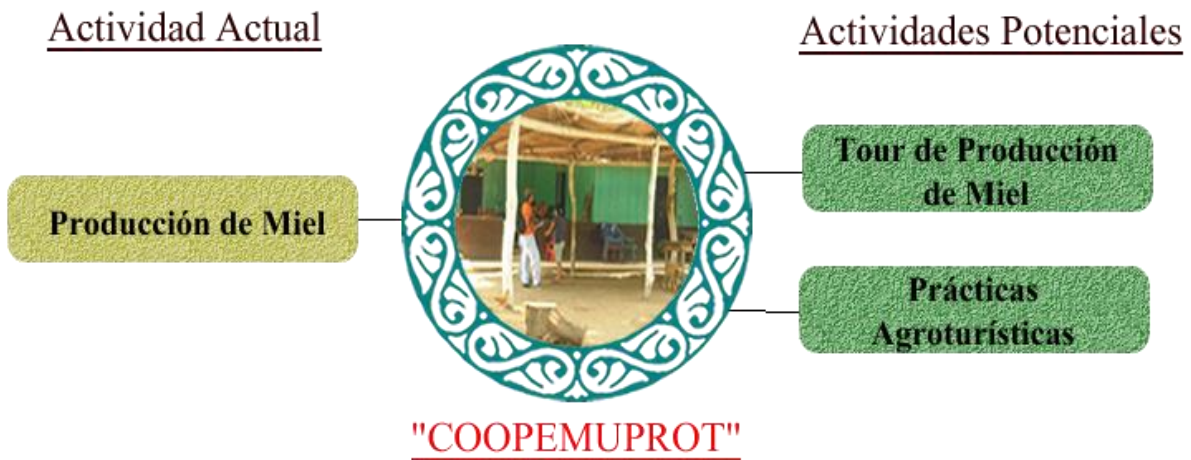
#### Descripción

Es una cooperativa multisectorial llamada "Mujeres del Progreso de Ticuantepe R.L" financiada por la cooperación Española y bajo la dirección de la Tour Operadora Nicaragüense Amigos de la Tierra y la Alcaldía de Ticuantepe.

La cooperativa tiene un año de haber sido fundada y su trabajo consiste en la producción y comercialización de miel, son 30 socios a cada uno de ellos al inicio del proyecto se les proporcionó el material para la producción de la miel y actualmente están funcionando.



A continuación se muestran las actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar en la Cooperativa:



Esta Cooperativa tiene un potencial muy importante en lo que consiste a la producción de miel, por lo tanto debe aprovechar esa oportunidad para empezar a ofrecer nuevos servicios a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la zona.

Con la implementación de estas nuevas actividades se generarían mayores ingresos para sus asociados y por ende la calidad de vida de sus familias mejoraría considerablemente, esto siempre y cuando sean desarrolladas con profesionalismo, calidad y sobre todo buena atención al cliente.



<b>Tabla N° 12: Finca Agro turística "Piñas de Paz"</b>	
<b>Tipo de Recurso</b>	Socio- económica
<b>Sector</b>	Rural
<b>Dirección</b>	comunidad San José de los Ríos
<b>Responsable del sitio</b>	Justo Pastor Valle
<b>Equipamiento</b>	Las cabañas tienen una buena infraestructura Cuenta con todos los servicios básicos agua, luz por medio de paneles solares y la red de comunicación es movistar.
<b>Registrado</b>	No está registrado en INTUR
<b>Comercialización</b>	Es promocionado a través de boca en boca.
<b>Jerarquía</b>	2 ya que, atrae turistas locales, nacionales que buscan un lugar tranquilo, está dirigido a recibir a turistas con motivaciones religiosas o grupos de personas que necesiten impartir conferencias, capacitaciones.



**Imagen N° 24:** Fachada de la Cocina



**Imagen N° 25:** Área de Descanso

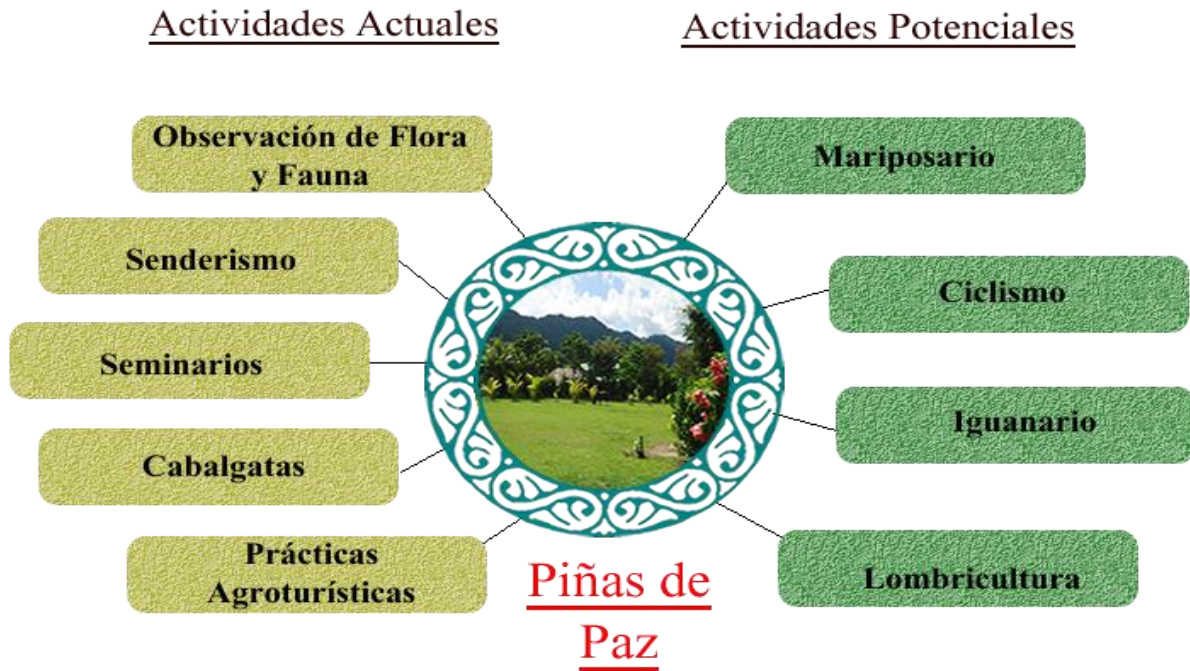


**Imagen N° 26:** Vista Panorámica desde Piñas de Paz

## Descripción

Piña de Paz es una finca agroturística donde se produce piña, café, pitahaya, plátano; ésta fue seleccionada por una ONG para desarrollar un proyecto turístico. La ONG está integrada por un ministerio religioso, las personas que lo conforman son extranjeros que por medio de este tipo de proyectos ayudan a las comunidades en países que lo necesitan, y así mismo les ofrecen algunos servicios turísticos.

A continuación se muestra el listado de actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar en la iniciativa turística Piñas de Paz.



Este lugar posee una belleza única en la zona, además que presta las condiciones necesarias para albergar a turistas nacionales y extranjeros y la calidad en el servicio es muy buena.

Por lo tanto, para complementar su oferta y solidificarla aún más, se presentan posibles actividades a desarrollar en el área, las cuales fueron pensadas a partir del principio de la sostenibilidad que es con el que trabaja Piñas de Paz.

Serían actividades nuevas del área y pueden tener mucha aceptación por los turistas que visitan la iniciativa en busca de relax.



<b>Tabla N° 13: Finca Hilda Obando</b>	
<b>Tipo de Recurso</b>	Socio-económico
<b>Sector</b>	Rural comunidad San José de los Ríos
<b>Dirección</b>	Comunidad San José de los Ríos del colegio 2.5 km hacia el Chocoyero.
<b>Propietario</b>	Hilda Obando
<b>Equipamiento</b>	Cuenta con servicios básicos de agua y luz.
<b>Registrado</b>	No está registrado
<b>Comercialización</b>	Es promocionado a través del Refugio de vida Silvestre el Chocoyero.
<b>Jerarquía</b>	1 ya que, el sitio es solamente conocido por las personas de la localidad, y es ofertado solo por la reserva no tiene ningún tipo de promoción.



**Imagen N° 27:** Entrada principal a la finca Hilda Obando



**Imagen N° 28:** Sendero de pitahayas de la finca

## Descripción

En esta finca se cultiva piña que es el principal rubro de la región, también pitahayas y hortalizas. Esta finca podría ser un proyecto para construir un pequeño hospedaje para fortalecer el tema de alojamiento.

Esta finca trabaja de la mano con el Refugio de Vida Silvestre Chocoyero-El Brujo ofreciendo una pequeña habitación para el servicio de hospedaje así mismo ofertar recorridos por senderos de los diferentes cultivos.

A continuación se muestra el listado de actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar en la Finca Hilda Obando.

Actividades Actuales

Senderismo

Prácticas Agroturísticas



Finca  
Hilda Obando

Actividades Potenciales

Campamentos

Juegos de Aventura/Extremos

La oferta de este sitio se ve limitada por las características y condiciones que presta el área, no obstante se pueden incluir nuevas actividades para que la finca pueda recibir mayor visitas de turistas interesados en conocer y ser parte de un turismo más vivencial.

El turista puede realizar las actividades Agroturísticas que se ofrecen a la vez que se pueden realizar campamentos y la recreación sana del visitante se complementaría con la realización de juegos extremos que no requieran de mucha condición física y sean fáciles de hacer.

Esto con el fin de cuidar la integridad física del visitante.



<b>Tabla N° 14: Zoológico Nacional</b>	
<b>Tipo de Recurso</b>	Socio- económico
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	km 16 carretera Masaya
<b>Responsable</b>	Fundación Amigos del Zoológico de Nicaragua
<b>Equipamiento</b>	Cuenta con todo el equipamiento turístico y servicios básicos.
<b>Registrado</b>	En el INTUR
<b>Comercialización</b>	Sitio de interés nacional y su promoción la realizan agentes externos (estudiantes) a través de proyectos creación de pág. Web y material publicitario.
<b>Jerarquía</b>	2capaz de atraer a turistas locales, nacionales, de regiones próximas y de larga distancia que hubiesen llegado al municipio por realizar otro tipo de actividades pero que no dejan de visitar el Zoológico.



Imagen N° 29: Especie de tigrillos en el Zoológico Nacional



Imagen N° 30: Entrada principal al Zoológico Nacional

## Descripción

Este Zoológico, el más grande de Nicaragua, exhibe más de seiscientas especies de la fauna nacional, la mayoría silvestres y algunas domésticas, además de varios ejemplares exóticos oriundos de sitios lejanos como África y Asia. Algunos de los animales que aquí se pueden observar son de especies que están incluso en peligro de desaparecer, y que sólo se les puede encontrar en mínimas cantidades en lo más espeso de algunos bosques y selvas del país.



A continuación se muestra el listado de actividades actuales y potenciales que se pueden desarrollar el Zoológico Nacional.

Actividades Actuales

- Observación de la Fauna
- Tour por el Mariposario
- Voluntariado



Zoológico Nacional

Actividades Potenciales

- Capacitaciones
- Tour por cada área del Zoológico

Considerando que el Zoológico nacional se encuentra dentro de los límites geográficos del Municipio de Ticuantepe la COTCOTINAT R.L lo puede utilizar para consolidar y hacer su oferta más variada.

No obstante, en el lugar se pueden coordinar capacitaciones para fomentar la conciencia pública del valor irremplazable de cada una de las especies animales que se encuentran en el sitio y su importancia de mantenerlos en su hábitat natural.

Además dentro del valor de la entrada se debería asignar a una persona por grupo o como se estime conveniente para realizar un tour por cada área del zoológico, puesto que en algunas ocasiones las personas quieren conocer más acerca de ciertas especies y no pueden llenar ese vacío ya que la información que existe está un poco limitada para el visitante.

## Venta de Artesanías Chocoyero-El Brujo

Tabla N° 15: "Kiosko Guardabarranco"	
<b>Tipo de Recurso</b>	Socio- económico
<b>Sector</b>	Rural
<b>Dirección</b>	Refugio de vida Silvestre Chocoyero- el Brujo
<b>Propietario</b>	Bayardo José López Mercado
<b>Registrado</b>	No está registrado
<b>Comercialización</b>	A través del Refugio de vida silvestre el Chocoyero
<b>Jerarquía</b>	1 ya que, el sitio es solamente conocido por las personas de la localidad y los que visitan la reserva de vida silvestre el Chocoyero.

### Descripción

La artesanía es elaborada a base de diferentes tipos de semillas. Luego de un proceso artesanal de recolección, selección, inmunización, perforación y brillo las semillas se convierten en parte esenciales de accesorios ecológicos para los clientes que visitan la reserva y desean llevarse un recuerdo de la visita del lugar y lucir estas piezas elaboradas artesanalmente por pobladores de la comunidad.

La gran variedad en formas y colores hacen que se pueda obtener una gran diversidad entre collares, pulseras, pendientes, llaveros, anillos y otros elementos. Los indígenas por siglos le han otorgado poder mágicos, sanadores y de suerte a las semillas, muchas de ellas cuentan con sus propias historias y mitos milenarios transmitidos de generación en generación por las razas indígenas. Las semillas se utilizan a través de un desarrollo sostenible, y los árboles no son maltratados ni mutilados para obtenerlas, estas se recolectan cuando caen al suelo.

Tipos de Semillas que se utilizan para la elaboración de las artesanías:

- Elequeme

- Guanacaste
- Ojo de buey
- Patacón
- Tempisque.
- Carrizo

Precios de la artesanía:

- Pulsera: 15 córdobas
- Collar: 25 córdobas
- Aretes: 30 córdobas
- Porta lápiz: 50 córdobas
- Dibujos en pedazo de madera: 50 córdobas
- Llaveros: 30 córdobas

A continuación se muestran las actividades actuales y potenciales que se pueden realizar en Kiosko Guardabarranco ubicado en el Refugio de Vida Silvestre Chocoyero- El Brujo.



En este local actualmente solo se realiza la venta de diferentes tipos de artesanías elaboradas a base de semillas de los árboles. Pero una actividad que puede ser rentable, es la de incluir las clases de manualidades dentro de sus servicios, puesto que a cualquier persona le gustaría crear sus accesorios con sus propias manos, ya sea pulsera, collar u otro artículo.

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L

Además sería el plus que tendría este pequeño negocio, porque la gente podría permanecer un poco más de tiempo en el sitio y podría consumir más servicios, lo que resultaría beneficioso para la reserva y el Kiosko guardabarranco.

Otro aspecto importante es que a modo de recomendación se debería crear una Kiosko que brinde las condiciones necesarias para la actividad que se propone, además de hacer su oferta más variada para que logre mayor clientela.



Tabla N° 16: Consolidado de Recursos Turísticos				
Jerarquía	Tipo de Recurso	Cantidad		Porcentaje
4	Natural	0	0	0%
	Cultural	0		
	Socio-económico	0		
3	Natural	2	2	15%
	Cultural	0		
	Socio-económico	0		
2	Natural	1	4	31%
	Cultural	1		
	Socio-económico	2		
1	Natural	1	7	54%
	Cultural	3		
	Socio-económico	3		
Total		13	13	100%





## **Análisis del Consolidado de Recursos Turísticos**

A partir del consolidado de recursos naturales, histórico-culturales y socio-económicos se puede identificar el tipo de oferta de acuerdo a los recursos que posee el Municipio de Ticuatepe, mismos que servirán de base para la creación y diseño de productos turísticos para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuatepe Natural Travel R.L".

En la tabla anterior se puede observar que en general existen 13 recursos:

- 🌿 15 % de los recursos pertenecen a la jerarquía 3, puesto que son conocidos a nivel de la región centroamericana. Estos son el Chocoyero y Montibelli, su nivel de jerarquía se puede justificar ya que son los atractivos de mayor reconocimiento en el Municipio y forman parte de la oferta a nivel nacional por trabajar principalmente con el ecoturismo.

Estos dos recursos son los sitios que reciben mayor visitas de turistas durante todo el año a nivel local, esto se puede corroborar a partir de lo expresado por el Vice alcalde de Ticuatepe y Presidente del Gabinete de Turismo el Sr. Juan Carlos Reyes Luna durante una entrevista, dijo;

“El Chocoyero y Montibelli son los dos recursos que reciben mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros en el municipio, así que el gabinete de turismo trabaja muy de cerca con ellos para alcanzar la calidad en el servicio prestado” (01/12/2015).

Por lo tanto el trabajo que realiza el sector público es importante para estas dos iniciativas, ya que se realizan constantes ferias donde estos participan con el fin de ser reconocidos aún más en el mercado turístico y que continúen teniendo aceptación por la demanda.

- El 31 % pertenece en total a 4 recursos, siendo estos conocidos a nivel nacional y local. Entre ellos se puede encontrar 1 natural, 1 histórico cultural y 2 socioeconómicos, este último según algunas definiciones concierne a los atractivos en los cuales ha intervenido la mano del hombre, es decir que en ellos se han realizado ciertas modificaciones con el objetivo de darles realce.
- Por último tenemos que 54 % pertenece a 7 recursos divididos en sus tres categorías. Cabe destacar que estos recursos pudiesen elevar su categoría a través de inversiones con el fin de mejorar sus condiciones y sobre todo al recibir mayor publicidad para atraer mayor demanda al recurso y por ende al municipio en general.

### 3.2. Servicios Turísticos

<b>Tabla N° 17: Mirador Restaurante "La Vista del Ángel"</b>	
<b>Tipo de servicio</b>	Restaurante
<b>Sector</b>	Rural (comunidad Manuel Landés)
<b>Dirección</b>	Km 19 carretera Masaya 300 mts. al oeste
<b>Propietario(a)</b>	Ligia Ramírez Martínez
<b>Registrado</b>	Por INTUR
<b>Número de mesas</b>	18 mesas de 4 sillas
<b>Capacidad</b>	Tiene una capacidad para 72 personas



Imagen N° 31: Entrada Principal de La Vista



Imagen N° 32: Restaurante La Vista del Ángel

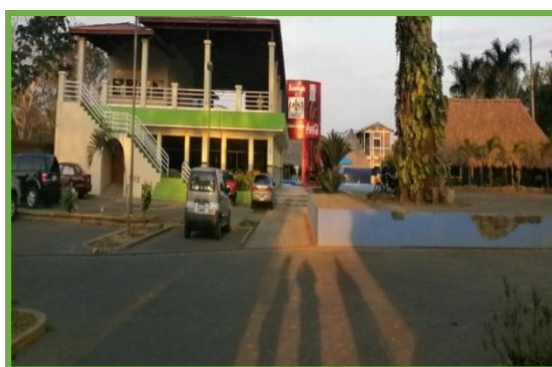
#### Descripción

Desde este lugar se puede admirar una hermosa vista panorámica hacia las serranías de Ticuantepe y parte del cráter del Volcán Santiago. Es un recurso relativamente nuevo, y actualmente en él se está construyendo la primera etapa de un restaurante con el fin de aprovechar la panorámica.

Se oferta como Mirador- Restaurante donde se ofrece (comida a la carta y nacional). Sus precios varían desde 180 córdobas el platillo más barato a 280 córdobas el más caro. Tiene 10 empleados distribuidos en 6 mujeres y 4 hombres.

**Tabla N° 18: Campo Royal Resort**

<b>Tipo de Servicio</b>	Alojamiento
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 16.7 Carretera a Ticuantepe, donde fue Los Chocoyos Club
<b>Propietario</b>	Adolfo Cheiner
<b>Número Telefónico</b>	2255 3858 / 2279 6504
<b>Registrado</b>	INTUR
<b>Número de Empleados</b>	13 empleados, 10 hombres y 3 mujeres
<b>Capacidad</b>	Aproximadamente entre 70 y 80 personas



**Imagen N° 33:** Entrada al campo



**Imagen N° 34:** Foto de los Bungalós

## Descripción

Campo Royal es un hotel con un toque campestre y moderno que posee una ubicación estratégica, sobre la carretera Ticuantepe- La Concha. Está localizado a 10 minutos del centro de la capital.

El hotel está equipado para brindar los diversos servicios y cumplir con las expectativas de los clientes. Cuenta con un salón climatizado y un salón al aire libre, cada uno con una capacidad de recibimiento para 500 personas. En estos espacios se puede realizar cualquier tipo de evento. Así mismo, posee una variedad de opciones en alojamiento para adaptarse a las necesidades de sus clientes.

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L

El cliente podrá escoger entre habitaciones y bungalows. Ambas opciones están equipadas para garantizar una cómoda estadía. El hotel también brinda servicios de restaurante y bar.

Otro de los servicios que ofrece son los dos restaurantes "La Casita Parrillera" y "La Riviera"; la terraza que cuenta con un espacio para 800 personas, donde se puede realizar eventos masivos, fiestas, conciertos, seminarios, graduaciones, bodas, entre otros. El gimnasio moderno completamente gratis para los huéspedes y las dos piscinas (una habilitada para niños).



Tabla N° 19: Restaurante "La Montaña"

<b>Tipo de Servicio</b>	Restaurante
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 17.9 carretera Managua-Masaya
<b>Propietario</b>	José Denis Casco Valle
<b>Número Telefónico</b>	2279-5356
<b>Registrado</b>	En INTUR
<b>Número de Empleados</b>	4 trabajadores varones
<b>Número de Mesas</b>	53 mesas con 4 sillas cada una
<b>Capacidad</b>	Tiene capacidad para 212 personas
<b>Horarios de Atención</b>	Lunes a jueves de 8:00am a 11:00 p.m. Viernes a Domingo de 8:00 am a 10:00pm



Imagen N° 35: Entrada al Restaurante La Montaña

## Descripción

El Restaurante La Montaña es un sitio de ambiente campestre, el local cuenta con dos piscinas una de ellas con capacidad para 40 personas (adultos) y la otra piscina con capacidad para 15 personas, utilizada para los menores.

Un lugar que permite la realización de eventos, debido a que cuenta con una cantidad de 53 mesas, con capacidad para recibir a 200 personas. La especialidad del Restaurante son los mariscos, ofreciendo además platillos nacionales y un bar donde son preparados licores nacionales.

**Tabla N° 20: Restaurante "Mi Viejo Ranchito"**

<b>Tipo de Servicio</b>	Restaurante
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 17.5 carretera Managua-Masaya
<b>Propietario</b>	Isabel Talavera Sevilla
<b>Número Telefónico</b>	2279-0955
<b>Registrado</b>	En INTUR
<b>Número de Empleados</b>	60% varones y 40% mujeres
<b>Número de Mesas</b>	68 mesas y de 13 a 6 sillas por mesa
<b>Capacidad</b>	Tiene capacidad para 408 personas
<b>Horario de Atención</b>	De 8:00 am a 12:00 am



**Imagen N° 36:** Área de Restaurante de Mi Viejo Ranchito

## Descripción

El restaurante Mi viejo Ranchito es un restaurante con un diseño típico, se caracteriza por tener un menú variado de comida típica nicaragüense siendo esta su especialidad, aunque también ofrece el servicio de comida a la carta. El lugar posee una infraestructura óptima para la realización de eventos con capacidad para atender a 500 personas, con un gran número de mesas y un amplio parqueo. Además dentro de las instalaciones del local existe una barra, donde se ofrecen licores nacionales y extranjeros.

<b>Tabla N° 21: Centro de Diversión Chavalandia</b>	
<b>Tipo de Servicio</b>	Centro de diversiones
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 16 carretera a Masaya
<b>Propietario</b>	Salvador Alarcón de Trinidad
<b>Número Telefónico</b>	2279-6334
<b>Registrado</b>	En INTUR
<b>Número de Empleados</b>	4 hombres y 5 mujeres
<b>Número de Mesas</b>	36 mesas de 8 sillas
<b>Capacidad</b>	Tiene 144 en el de cafetín



Imagen N° 37: Área de Cafetín de Chavalandia

## Descripción

Este lugar es un centro de diversión, cuenta con juegos novedosos y de actividad física, entre estos juegos se pueden mencionar: Pista de Patinaje, Tobogán, Billar, Ping Pong, Parque de Arena, Bici-cross, Fútbolín, canchas de Basketball, Volleyball y FootBall Sala y un mini Parque Acuático. En él se pueden realizar diferentes tipos de eventos entre estos: Boda, Quince años, Cumpleaños, Aniversarios.

**Tabla N° 22: Centro Recreativo Xilonem**

<b>Tipo de Servicio</b>	Centro recreativo
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 16 carretera a Masaya
<b>Propietario</b>	Gloria Gutiérrez Borgen
<b>Número Telefónico</b>	2279-6234
<b>Registrado</b>	En INTUR
<b>Número de Empleados</b>	15 trabajadores
<b>Número de Mesas</b>	14 mesas
<b>Capacidad</b>	En el área de restaurante es para 60 personas
<b>Horario de Atención</b>	Martes a Domingo de 9:00 am a 5:00 pm



**Imagen N° 38:** Piscinas del Centro Recreativo Xilonem

## Descripción

El Restaurante Campestre Xilonem es un centro recreativo se encuentra dentro de un área de 2 manzanas, pequeñas casetas campestres alrededor de las piscinas los servicios básicos son óptimos para el desarrollo de turismo en familia.

El espacio se encuentra dividido entre los diversos servicios que son ofertados están:

- 2 piscinas, una para niños y la otra para adultos (semi-olímpica).
- 1 restaurante con capacidad para 60 personas
- 1 salón de conferencias con capacidad para 500 personas óptimo para la realización de eventos

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L

- 2 baños.
- 2 vestidores (10 baños cada uno).
- Parqueo con espacio para 80 vehículos.
- 2 canchas de Basquetball.
- Casetas ubicadas por todo el centro recreativo.
- 1 parque para niños.

La entrada a este establecimiento tiene un valor simbólico de 20 córdobas. Pueden hacerse reservaciones para diferentes tipos de eventos familiares o actividades laborales estos pueden incluir el transporte al lugar, la especialidad de la casa son las parrilladas familiares. Los precios son accesibles varían desde 80 córdobas por plato.





<b>Tabla N° 23: Pizzería e Trattoria Da Raquelle</b>	
<b>Tipo de Servicio</b>	Restaurante
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	De la rotonda a Ticuantepe, 300 mts al oeste, carretera Ticuantepe
<b>Propietario</b>	Raquel Lucia García
<b>Número Telefónico</b>	2279-6535, 8776-8685
<b>Registrado</b>	En INTUR
<b>Número de Empleados</b>	5 trabajadores ( 2 hombres y 5 mujeres
<b>Número de Mesas</b>	14 mesas y 4 sillas cada mesa
<b>Capacidad</b>	El área de restaurante tiene capacidad para 56 personas.
<b>Horario de Atención</b>	Martes a jueves de 5:00 p.m. a 12:00 a.m.  Viernes a domingo de 12:00m.d. a 12:00a.m.



Imagen N° 39: Entrada a la Pizzería

### Descripción

La pizzería Da Raquelle es un restaurante de ambiente familiar y ubicado sobre la carretera Ticuantepe, con una capacidad de 56 personas. La especialidad es la preparación de pizzas y pastas. Cuenta con servicio a domicilio y actualmente forma parte de la Ruta Colonial y de los Volcanes.

**Tabla N° 24: Pizzería Don Corleone**

<b>Tipo de Servicio</b>	Restaurante
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 15.2 carretera Ticuantepe
<b>Propietario</b>	Orlando Salvador López Mendoza
<b>Número Telefónico</b>	2279-7110 y 8866-3000
<b>Registrado</b>	En INTUR
<b>Número de Empleados</b>	5 trabajadores (3 mujeres y 2 varones)
<b>Número de Mesas</b>	11 mesas y 4 sillas cada mesa
<b>Capacidad</b>	Tiene capacidad para 44 personas
<b>Horario de Atención</b>	De 12:00 pm a 10:00 Pm



**Imagen N° 40:** Entrada de la Pizzería Don Corleone

## Descripción

Pizzería Don Corleone de ambiente agradable y familiar, cuenta con un brinca - brinca para el uso de los niños.

La especialidad es la fusión de la pizza Americana e italiana en una misma y los precios de las pizzas oscilan entre 100 y 410 Córdobas según el tamaño de la misma. Además ofrecen el servicio de entrega a domicilio.

<b>Tabla N° 25:Restaurante Asados Don Pancho</b>	
<b>Tipo de Servicio</b>	Restaurante
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 16.2 carretera Ticuan-tepe
<b>Propietario</b>	Samir Zamora
<b>Número Telefónico</b>	2279-9684
<b>Registrado</b>	En INTUR
<b>Número de Empleados</b>	7 trabajadores (3 mujeres y 4 hombres)
<b>Número de Mesas</b>	22 mesas y 4 sillas cada mesa
<b>Capacidad</b>	Tiene capacidad para 88 personas
<b>Horario de Atención</b>	De 8:00 am a 10:00 Pm



Imagen N° 41: Entrada al Restaurante Asados Don Pancho

## Descripción

En Asados Don Pancho se come en un ambiente acogedor y rústico, su decoración es totalmente típica de la cultura nicaragüense. Cuenta con un salón amplio, mesas y sillas de madera cómodas, este restaurante ofrece comida a la carta, y la especialidad a como su nombre lo indica son los asados de res.

<b>Tabla N° 26: Bar y Restaurante Las Picaditas</b>	
<b>Tipo de Servicio</b>	Bar y Restaurante
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 16 ½ carretera Ticuantepe
<b>Propietario</b>	Francis Úbeda
<b>Número Telefónico</b>	2255-3879
<b>Registrado</b>	En INTUR
<b>Número de Empleados</b>	8 empleados
<b>Número de Mesas</b>	24 mesas de 6 sillas
<b>Capacidad</b>	Tiene una capacidad para 204 personas
<b>Horario de Atención</b>	De 8:00 a 10:00 pm



Imagen N° 42: Área de Restaurante Las Picaditas



Imagen N° 43: Entrada al Bar y Restaurante Las Picaditas

## Descripción

Bar y Restaurante Picaditas, de ambiente acogedor cuenta con un salón, mesas y sillas de madera para la mejor comodidad, rodeado de un ambiente natural; decoración discreta.

La especialidad del restaurante está enfocada en ofertar comida a la carta, pero también se ofrecen variedad de platillos típicos de Nicaragua.

<b>Tabla N° 27: Restaurante Bosque de Omertá</b>	
<b>Tipo de Servicio</b>	Restaurante
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 16 ½ carretera Ticuan-tepe contiguo al pozo de ENACAL
<b>Propietario</b>	Familia Gaitán Montoya Martínez
<b>Número Telefónico</b>	8818-5159
<b>Registrado</b>	En INTUR
<b>Número de Empleados</b>	Integrantes de la familia Gaitán Montoya Martínez
<b>Número de Mesas</b>	11 mesas, 4 sillas por mesa
<b>Capacidad</b>	Tiene una capacidad para 44 personas
<b>Horario de Atención</b>	Jueves a Domingo de 8 :00 am a 10:00 Pm



Imagen N° 44: Entrada Principal a Bosques de Omertá

## Descripción

En el restaurante Bosques de Omertá es un negocio familiar. Está a cargo de la familia Gaitán Montoya posee una infraestructura cómoda y agradable.

La especialidad es la preparación de asados siendo esta la comida con mayor demanda, también ofrecen variedad de comida típica nicaragüense.



<b>Tabla N° 28: Restaurante La Cocina de Don Tito</b>	
<b>Tipo de Servicio</b>	Restaurante
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 17 carretera Ticuantepe
<b>Propietario</b>	Roberto José Moreno García
<b>Número Telefónico</b>	2279-4553
<b>Registrado</b>	INTUR
<b>Número de Empleados</b>	6 empleados (3 hombres y 3 mujeres)
<b>Número de Mesas</b>	20 mesas, 4 sillas por mesa
<b>Capacidad</b>	Tiene capacidad para 80 personas
<b>Horario de atención</b>	-----



Imagen N° 45: Entrada al Restaurante La Cocina de Don Tito

### Descripción:

En el restaurante La Cocina Don Tito el ambiente es cálido y familiar con amplias instalaciones para el disfrute de la familia. La especialidad del restaurante es la preparación de sopas de res, mariscos, pollo y otras, además ofrecen comida a la carta.

**Tabla N° 29: Bar y Restaurante Campestre Las Pitahayas**

<b>Tipo de Servicio</b>	Bar y Restaurante
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 18 carretera Ticuantepe
<b>Propietario</b>	Silvia Elena Rostrán Valladares
<b>Número Telefónico</b>	2255-4133
<b>Registrado</b>	INTUR
<b>Número de Empleados</b>	21 trabajadores (10 mujeres y 11 hombres)
<b>Número de Mesas</b>	70 mesas y 4 sillas
<b>Capacidad</b>	Tienen capacidad para 280 personas
<b>Horarios de Atención</b>	De lunes a viernes de 10:00 am – 9:00 pm, sábado y domingo 9:00 am – 9:00 pm.



**Imagen N° 46:** Área de Bar del Restaurante Las Pitahayas

### **Descripción:**

Las Pitahayas es un restaurante que tiene 20 años de funcionamiento y en él se combina de manera especial la diversión y el buen clima. Les ofrece calidad en su variado menú con su especialidad en parrilladas y mariscos, acceso libre a la piscina y juegos para niños.

Los precios varían desde 140 córdobas a 195 córdobas y de 130 córdobas a 761 córdobas.

<b>Tabla N° 30: Bar y Restaurante La Nueva Borgoña</b>	
<b>Tipo de Servicio</b>	Bar y Restaurante
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 20 ½ carretera la Concha
<b>Propietario</b>	Francisco Anibal Balletero
<b>Número Telefónico</b>	2279-5752
<b>Registrado</b>	INTUR
<b>Número de Empleados</b>	18 empleados
<b>Número de Mesas</b>	82 mesas, 4 sillas por mesa
<b>Capacidad</b>	Tiene capacidad para 728 personas
<b>Horario de atención</b>	Martes a domingo desde las 09:00 am.



Imagen N° 47: Área de Piscina de La Nueva Borgoña

## Descripción

Bar y restaurante La Nueva Borgoña es un centro recreativo familiar que ofrece servicio de Restaurante, Hospedaje, bar, piscina. Tienen áreas de juegos para niños como canchas de basketball y trampolín.

Se realizan eventos como: Bodas, 15 años, Bautizos. Las instalaciones son de agrado al público.

<b>Tabla N° 31: Centro Recreativo Francelomé</b>	
<b>Tipo de Servicio</b>	Centro recreativo
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 22 carretera Ticuantepe- la concha
<b>Propietario</b>	Sandra Carrión
<b>Número Telefónico</b>	8778-5474
<b>Registrado</b>	INTUR
<b>Número de Empleados</b>	3 empleados hombres
<b>Número de Mesas</b>	18 mesas de 6 sillas
<b>Capacidad</b>	Tiene capacidad para 108 personas
<b>Horario de atención</b>	Sábado y domingo desde las 09:00 am

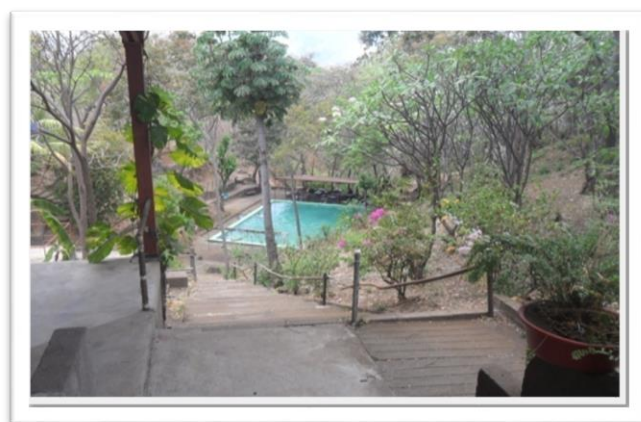


Imagen N° 48: Instalaciones de Francelomé

## Descripción

Centro recreativo FRANCELOMÉ es un lugar especialmente dedicado a la diversión en familia, cuenta con piscina, áreas verdes rodeadas de árboles con un clima fresco. El ambiente es propicio para todos los que se quieran alejar de la vida de ciudad y rutinaria.

<b>Tabla N° 32: Bar y Cafetería Leche Agria</b>	
<b>Tipo de Servicio</b>	Bar y cafetería
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 14 entrada Ticuantepe
<b>Propietario</b>	Esmelda de Jesús Rodríguez Pérez
<b>Número Telefónico</b>	-----
<b>Registrado</b>	INTUR
<b>Número de Empleados</b>	1 mujer
<b>Número de Mesas</b>	11 mesas , 4 sillas por mesa
<b>Capacidad</b>	Tiene capacidad para 44 personas



Imagen N° 49: Fachada del Bar Leche Agria

## Descripción

Bar y cafetería leche agria cuenta con una buena infraestructura con capacidad de recibir a 44 personas ofrece el servicio de venta de licores y también ofrece el servicio de cafetería, las instalaciones de este sitio les ofrecen un ambiente propicio para tomarse un rato del tiempo y disfrutar en compañía de amigos y familiares.



Tabla N° 33: Bar Karina

Tipo de Servicio	Bar
Sector	Urbano
Dirección	Frente a la cuarta calle del casco urbano de Ticuantepe
Propietario	Gloria Estrada
Número Telefónico	-----
Registrado	INTUR
Número de Empleados	2 empleadas
Número de Mesas	12 mesas y 27 sillas
Capacidad	Tiene capacidad para 50 personas



Imagen N° 50: Entrada al Bar Karina

## Descripción

Bar Karina está ubicado en un lugar estratégico sobre la carretera Ticuantepe, este establecimiento se especializa en la venta de licores nacionales, las instalaciones son pequeñas y su infraestructura regular, además cuenta con máquinas de juego (traga monedas).

Tabla N° 34: Alex Bar	
Tipo de Servicio	Bar y Restaurante
Sector	Urbano
Dirección	Semáforos Ticuantepe (Guanacaste), 1 cuadra al sur, 3 cuadras al oeste.
Propietario	Lucia Otilia González Valle
Número Telefónico	2279-8612
Registrado	INTUR
Número de Empleados	5 empleados, 4 mujeres y 1 hombre
Número de Mesas	17 mesas y una barra doble con 8 sillas
Capacidad	Tiene capacidad 76 personas



Imagen N° 51: Instalaciones de Alex Bar

## Descripción

Alex bar cuenta con buena infraestructura, de instalaciones pequeñas. Este local ofrece el servicio de alimentación, ya que cuenta con el servicio buffet, donde se ofertan platillos variados, este bar se caracteriza por ser el único que tiene esta modalidad en dicho municipio, la especialidad es el cóctel de huevos de toro.

### 3.3. Infraestructura, Equipamiento y Servicios Turísticos

#### 3.3.1. Infraestructura del apoyo al Turismo

Para desarrollar la actividad turística debidamente es necesario identificar y evaluar las condiciones de la infraestructura y servicios básicos como: la vialidad, señalización, transporte, servicios básicos (energía y agua potable) y comunicación, pues son aspectos de gran importancia para el desarrollo del turismo en el municipio.

##### 3.3.1.1. Vialidad

El municipio de TICUANTEPE cuenta con 3 vías de acceso al área urbana:

- La carretera Managua - TICUANTEPE, que representa el acceso principal, cuenta con 4 km. de adoquinado que inician en la comunidad Humberto Ruiz, atraviesa las comunidades Eduardo Contreras, Comunidad Sandino y Medardo Andino.
- La carretera TICUANTEPE - La Concepción, constituida por 18 km. de asfalto, que permite mejorar las condiciones de las vías de acceso a las comunidades La Borgoña, La Francia y Reparto Juan Ramón Padilla.
- TICUANTEPE cuenta también con el camino de acceso del km. 19 Carretera a Masaya, atraviesa la comunidad Manuel Lández y concluye en el Bo. Medardo Andino.

Las vías de acceso se encuentran en buen estado, son transitables durante todo el año y brindan la seguridad requerida para viajar desde un vehículo particular, bus, microbús, caponera y bicicletas. Las carreteras que conducen a las zonas rurales son caminos de trocha los cuales son restaurados todos los años después del invierno y actualmente están en buenas condiciones.

Es importante mencionar que el municipio de Ticuantepe ha sido embellecido, ornamentado los bulevares y renovado las pinturas en carreteras y cunetas desde que la doctora Ligia Ramírez asumió el cargo de Alcaldesa desde hace tres años.

### 3.3.1.2. Señalización

Es importante mencionar que el municipio en general se encuentra bien señalizado, desde el kilometraje hasta anuncios de restaurante y por supuesto no puede faltar la señalización turística, la cual fue fortalecida por la Ruta Colonial y de los Volcanes, quien colocó Rótulos en la entrada del camino que conduce hacia la Reserva Silvestre El Chocoyero – El Brujo y en ciertos intervalos de tramos hasta llegar a la misma.

### 3.3.1.3. Transporte

En TICUANTEPE existen medios de transporte públicos y privados; entre buses, carros particulares, camionetas de acarreo, camiones de carga pesada, entre otros. La línea de buses que cubre la ruta Managua - TICUANTEPE funciona de manera organizada a través de la única cooperativa de buses llamada "TICONSAN".

El Transporte público es bastante fluido, el primer bus sale de Ticuantepe – Managua 5:00 AM y de Managua - Ticuantepe es a las 6:00 AM, los últimos buses salen de Ticuantepe - Managua a las 7:00 PM y de Managua - Ticuantepe a las 8:30 PM, el costo del pasaje es de 8.50 córdobas.

Los buses tienen una frecuencia de cada 10 minutos en hora pico, de lo contrario es de cada 15 minutos y tienen una capacidad entre 45 a 60 personas sentadas, según el tamaño del bus.

En Ticuantepe sale un bus hacia el mercado municipal de Masaya (Ticuantepe – Masaya), este sale cada media hora y su coste de 10 córdobas, es importante mencionarlo pues es un punto de conexión hacia otras comunidades que favorecen la accesibilidad de visitantes al municipio.

### 3.3.2. Servicios básicos

#### 3.3.2.1. Energía

El municipio de Ticuantepe cuenta con el servicio público de energía domiciliar, cuya administración está a cargo de la Empresa Nicaragüense de Electricidad (ENEL).

Se tiene un registro de 2,898 viviendas que poseen medidores individuales, lo que representa el 83% de cobertura, aproximadamente 600 viviendas del sector rural no poseen medidor individual. El sistema de alumbrado público, cubre el casco urbano de TICUANTEPE y Repto. Juan Ramón Padilla y algunas comunidades rurales.

#### 3.3.2.2. Comunicación

En el municipio existe una oficina de Correos cuya administración está a cargo de la Empresa Correos de Nicaragua, ubicada en el casco urbano, en el Barrio Medardo Andino, dónde se brinda servicio a la población de Apartado, Correspondencia, Llamadas telefónicas y Servicio de Fax.

Además cuenta con los servicios de compañías telefónicas movistar y claro con buena cobertura.

#### 3.3.2.3. Agua Potable

TICUANTEPE cuenta con la presencia de una delegación de la Empresa Nicaragüense de Acueductos y Alcantarillados (ENACAL).

El 76.3% de las viviendas poseen medidor individual, que equivale a 2,386 conexiones domiciliarias, correspondiendo al área urbana un 39% del total de conexiones y 37.2% en el área rural.

De la población rural, 337 viviendas no poseen conexión domiciliar de agua potable, estas se abastecen de una fuente natural conocida como El río de los Chocoyos. El abastecimiento se proporciona a través de una bomba que impulsa



el vital líquido a las comunidades de: Los Ríos, El Edén, La Francia, San José y un sector de La Borgoña.

En Ticuan-tepe existen 8 pozos artesanales activos; 2 pozos se localizan dentro del municipio (Reparto Juan Ramón Padilla) y los 6 restantes se localizan dentro de la jurisdicción de Veracruz, poblado cercano a TICUAN-TEPE.

#### **3.3.2.4. Aguas Residuales**

En este municipio no existe sistema de alcantarillado sanitario, el medio más usado para la disposición de las excretas es la letrina. De un total de 3,479 viviendas, el 70.6% utiliza este medio, un 23.8% utiliza sumideros y el 5.6% restante realizan la disposición de excretas al aire libre, detectándose principalmente en las comunidades rurales.

#### **3.3.2.5. Manejo de desechos salidos**

En el municipio de Ticuan-tepe la población del casco urbano recibe el servicio de recolección de desechos dos veces por semana. Por lo contrario en las zonas rurales no cuentan con este servicio, por lo que la población es obligada a deshacerse de la basura enterrándola y en su mayoría a quemarla.

La disposición final de la basura es en el botadero de la chureca en Managua.

### 3.3.3. Servicios conexos de apoyo al Turismo

A continuación se presentaran los datos de los servicios conexos de apoyo al turismo identificados en el municipio de Ticuantepe.

#### 3.3.3.1. Instalaciones comerciales

Tabla N° 35: Alcaldía Municipal	
Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	De las instalaciones de Claro 1 cuadra al norte, 1 cuadra al este.
Servicios Básicos	Agua potable, luz eléctrica, teléfono, e internet y cable
Condiciones de Acceso	La calle es pavimentada y accesible para todo tipo de vehículo.
Responsable	Alcaldesa Dra. Ligia Ramírez

#### Descripción:

Esta institución ofrece a la población diversos servicios con la finalidad de contribuir al desarrollo de los habitantes del municipio .Posee una estructura básica para el desempeño de las funciones del personal laboral. Se encuentra ubicada cerca de la carretera principal de Ticuantepe, contiguo al Museo Municipal. Las condiciones de acceso a esta institución son óptimas, que facilitan la visita de la comunidad local.



Imagen N°52: Instalaciones Alcaldía Municipal de Ticuantepe

Tabla N° 36: Policía Nacional de Ticuantepe	
Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	En la vuelta el Claro 2 cuadras al este.
Servicios Básicos	Agua potable, luz eléctrica, teléfono, e internet y cable
Condiciones de Acceso	La calle es pavimentada y accesible para todo tipo de vehículo.
Responsable	Comisionada Adela Boudier

### Descripción:

La estación de policía se encuentra en óptimas condiciones debido a que recientemente fue acondicionada por parte de la alcaldía de Ticuantepe para brindar un mejor servicio a la población. Dicha organización cuenta con un total de 23 efectivos policiales de los cuales 8 son mujeres y 15 varones, además cuenta con un policía turístico, quien cumple con la función de acompañar a los visitantes siempre cuando sea solicitado por ellos.



Imagen N° 53: Instalaciones de la Policía Municipal de Ticuantepe

**Tabla N° 37: Hospital Amistad México-Nicaragua**

Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	Del colegio Luxemburgo 5 cuadras al lago costado este, contiguo al colegio Pedro Joaquín Chamorro.
Servicios Básicos	Agua, luz eléctrica, teléfono
Responsable	SILAIS-Managua/Alcaldía de Ticuan-tepe



**Imagen N° 54:** Hospital Amistad México-Nicaragua

### **Descripción:**

Este hospital es público y todos sus servicios son gratuitos, la calidad del servicio es excelente. Se encuentra en buenas condiciones, consta de 5 módulos distribuidos en las diferentes áreas de atención, tales como: consulta externa, laboratorio, farmacia y odontología. También cuenta con los módulos de: emergencia, unidad de rehidratación oral, observación y la sala de labor y parto, administración (dirección), encamados y el de la bodega general.

<b>Tabla N° 38: Hospital Amistad México-Nicaragua</b>		
Servicios Brindados por el Hospital		
Papanicolaou	Curación e inyectable	Psicología
Planificación Familiar	Crónicos	Farmacia
URO	Odontología	Atención del Parto
Inmunizaciones	Laboratorio Clínico	E. K. G.
Emergencia	Epidemiología	Ultra Sonidos
Nebulización	Higiene.	Pediatría
Ginecología	Psiquiatría	Medicina Interna

<b>Tabla N° 39: Plaza Guanacaste</b>	
Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	Frente a los semáforos del Guanacaste
Registrado	En la Alcaldía Municipal
Servicios Básicos	Agua potable, luz eléctrica, teléfono, cable
Responsable	Elías Cuadra

**Descripción:**

Esta plaza es una instalación comercial, la cual cuenta con negocios importantes para la vida cotidiana de la población de Ticuan-tepe, entre estos negocios se pueden mencionar los siguientes: Repostería Norma, Raspados Loly, Clínica Familiar Ticuan-tepe, Western Unión, Salón Alondra BeautySalon, Eventos Bar. Siendo ésta la plaza comercial mejor equipada del municipio.



**Imagen N° 55:** Instalaciones de la Plaza Guanacaste



Tabla N° 40: Plaza Ticuantepe	
Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	De los semáforos del Guanacaste 150 vrs al sur.
Registrado	En la Alcaldía Municipal
Servicios Básicos	Agua potable, luz eléctrica, teléfono, cable
Responsable	Isabela Inversiones

### Descripción:

Está ubicada en un lugar céntrico del Municipio, cerca de la alcaldía municipal. Se encuentran algunos negocios de importancia para la comunidad como: Academia de inglés, Dirección General de Ingresos, Unión Fenosa y una biblioteca.



Imagen N° 56: Instalaciones de Plaza Ticuantepe

Tabla N° 41: Oficina de Información Turística Municipal	
Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	De los semáforos Guanacaste 6 cuadras al oeste Carretera a Ticuantepe.
Servicios Básicos	Agua potable, luz eléctrica, teléfono e internet
Condiciones de Acceso	Calle Adoquinada
Número Telefónico	2279-7012

**Descripción:** Está oficina fue creada en el año 2012 por la Alcaldía de Ticuantepe con apoyo del gobierno central y el INTUR, con el objetivo de tener en un solo lugar la información que pueda ser requerida por los visitantes que llegan al municipio de Ticuantepe.



**Imagen N° 57:** Autoras del trabajo en compañía de los Socios de la Cooperativa en la Oficina de información Turística del Municipio

Actualmente es administrada por la Alcaldía de Ticuantepe, y tiene a su cargo 3 trabajadores 1 hombre y 2 mujeres, encargados de brindar la información pertinente sobre los recursos turísticos que posee el municipio.

Tabla N° 42: Centro de Información Turística (Chocoyero)	
Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	Ubicado en las instalaciones de la Plaza Guanacaste.
Servicios Básicos	Agua potable, luz eléctrica, teléfono e internet
Condiciones de Acceso	La calle está adoquinada y es accesible.
Número Telefónico	2276-7810

### Descripción:

Este centro de información es de gran importancia, ya que se puede encontrar datos de interés relacionados a la Reserva de Refugio Silvestre El Chocoyero que es el atractivo con mayor potencial turístico en el Municipio. Su administración es de carácter privado con instalaciones necesarias para brindar sus servicios al turista nacional y extranjero que desee visitar la Reserva. Está registrado legalmente en el INTUR.

Tabla N° 43: Parque Juan Ramón Padilla	
Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	Semáforos de Ticuantepe 6 cuadras al oeste.
Servicios Básicos	Agua potable y luz eléctrica.
Condiciones de Acceso	La calle esta adoquinada, y se puede acceder en vehículo o a pie.
Responsable	Alcaldía Municipal

### Descripción:

Es un parque con una amplia extensión, que es utilizado por la población con fines recreativos, durante el año 2015 se acondicionó para que las familias tuvieran un lugar más para divertirse. Así mismo constantemente se le brinda mantenimiento.



Imagen N° 58: Instalaciones del Parque Juan Ramón Padilla

Tabla N° 44: Parque de Héroes y Mártires 6 de Junio	
Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	Frente al zonal.
Servicios Básicos	Agua potable y luz eléctrica.
Condiciones de Acceso	La calle esta adoquinada, y se puede llegar en vehículo o a pie.
Responsable	Alcaldía Municipal

**Descripción:**

Este parque, cuenta con algunos juegos para la diversión infantil de la localidad; y la alcaldía de Ticuantepe por iniciativa del gobierno central ha instalado nuevos juegos para los niños y se han realizado las modificaciones necesarias para el disfrute de la comunidad.



Imagen N° 59: Parque Recreativo Héroes y Mártires 6 de Junio

Tabla N° 45: Multideportivo Sierras Doradas	
Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	km 16 carretera a Masaya, frente al Tip-Top
Servicios Básicos	Agua potable, luz eléctrica, teléfono e internet
Condiciones de Acceso	La calle está pavimentada, muy accesible
Número Telefónico	2293-5591

**Descripción:**

Este multideportivo está compuesto por canchas deportivas donde se pueden realizar diversos juegos de campo. La calidad del servicio es óptima, la administración es privada y éste es utilizado exclusivamente para eventos con previa reservación.



Imagen N° 60: Zona del Multideportivo Sierras Doradas



### Tabla N° 46: Canchas de Básquetbol y Béisbol

Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	Del centro de salud La Borgoña 100 mts al norte
Servicios Básicos	Agua potable
Condiciones de Acceso	La calle esta adoquinada, y se puede llegar, en vehículo o a pie.

#### Descripción:

Estas canchas son espacios utilizados para el disfrute de las personas de la localidad que deseen recrearse de manera sana, su amplia infraestructura permite realizar diferentes actividades deportivas.



Imagen N° 61: Cancha Recreativa de Básquetbol

### Tabla N° 47: Western Union

Tipo de Recurso	Complementario
Sector	Urbano
Dirección	Costado este, cementerio jardines del recuerdo.
Servicios Básicos	Agua potable, Luz eléctrica, internet.
Condiciones de Acceso	Calle pavimentada
Número Telefónico	2276-0966

#### Descripción:

Es una compañía que ofrece servicios financieros en los que se incluyen: transferencias de dinero de forma electrónica, órdenes de dinero y servicios comerciales en el municipio. Se localiza en la carretera principal de Ticuantepe al costado este del cementerio Jardines del Recuerdo.



Imagen N° 62: Instalaciones Western Union





<b>Tabla N° 48: Salón de Belleza Girasol</b>	
<b>Tipo de Recurso</b>	Complementario
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Km 14, carretera Masaya, entrada a Ticuantepe.
<b>Servicios Básicos</b>	Agua potable, luz eléctrica y línea telefónica.
<b>Condiciones de Acceso</b>	Carretera pavimentada y muy cerca de la parada de buses.
<b>Número Telefónico</b>	8470-5083

#### Descripción:

Es un establecimiento comercial que ofrece a sus clientes servicios para el mejoramiento de la imagen personal; el local es pequeño, posee una sala de espera con capacidad para 5 personas.



Imagen N° 63: Salón de Belleza Girasol

<b>Tabla N° 49: Mercadito Municipal</b>	
<b>Tipo de Recurso</b>	Complementario
<b>Sector</b>	Urbano
<b>Dirección</b>	Costado este del parque Juan Ramón Padilla.
<b>Servicios Básicos</b>	Agua potable, luz eléctrica, teléfono, internet y cable
<b>Condiciones de Acceso</b>	La calle está adoquinada y es accesible.
<b>Servicios básicos</b>	Agua potable, y luz eléctrica.

#### Descripción:

Este mercado fue creado con el propósito de ser utilizado para la realización de ferias turísticas en dicho municipio. La infraestructura se encuentra en buenas condiciones.

## Kioscos de Frutas

Ticuantepe es un municipio reconocido por ser productor de piñas, en la actualidad esto de interés turístico para los que visitan el municipio, es por esta razón que la Alcaldía municipal desarrollo un proyecto en el que ayudo a construir kioscos de frutas para las vendedoras que se ubican sobre la carretera hacia la concha, estos kioscos se encuentran ubicados desde el km 21 al km 24 carretera Ticuantepe-La Concha.

Otro servicio que ofrece aparte de las ventas de frutas variadas es la venta de vinos o bebidas y jalea hechas de piñas especialmente algunas bebidas curativas especialmente para los riñones. Estas las podrá a encontrar a un precio módico.

A continuación se describen los kioscos que están en funcionamiento:

**Tabla N° 50: Kiosco de frutas Dios con Nosotros**

Tipo de Servicio	Venta de frutas criollas
Sector	Urbano
Dirección	Km 22 ½ carretera la concha, Comunidad la Francia
Propietario	Luisa Robles
Número Telefónico	8183-5477
Registrado	Alcaldía municipal
Número de Empleados	2 empleados

### Descripción:

Kiosco Dios con Nosotros es un sitio de venta de frutas variadas, ubicado a un lado de la carretera que permite al viajero detenerse y poder comprar las frutas ofertadas en el Kiosco, por ejemplo: bananos, piñas, sandías, melones, entre otros.



**Imagen N° 64:** Instalaciones Venta de Frutas Dios con Nosotros

**Tabla N° 51: Kiosco de frutas Sagrada Familia**

Tipo de Servicio	Venta de frutas
Sector	Urbano
Dirección	Km 22 ½ carretera Ticuantepe- la concha
Propietario	Xochilt López Alemán
Número Telefónico	8399-3275
Registrado	Alcaldía municipal
Número de Empleados	2 mujeres

**Descripción:**

Kiosco Sagrada Familia es venta de Frutas, en el cual se ofertan frutas tropicales (piñas, sandías) en un Kiosco habilitado por la Alcaldía tipo rancho. Con el fin de contribuir con los productores.



**Imagen N° 65:** Venta de Frutas. Kiosco Sagrada Familia

**Tabla N° 52: Kiosco Cocos helados El chele**

Tipo de Servicio	Venta de Cocos
Sector	Urbano
Dirección	Frente al km 23 carretera Ticuantepe/ la concha
Propietario	Roberto Díaz
Número Telefónico	-----
Registrado	INTUR
Número de Empleados	2 empleados, 1 mujer y 1 hombre

**Descripción:**

En este Kiosco cuenta con sillas y mesas para disfrutar de los cocos en comodidad y ofrece a los viajeros la oportunidad de disfrutar el agua helada de coco directamente de él, también se ofrece coco con piquete; es decir, con algo de alcohol y venta de miel de piña.



**Imagen N°66:** Personas disfrutando Cocos Helados El Chele



**Tabla N° 53: Kiosco Anaïs**

Tipo de Servicio	Venta de frutas
Sector	Urbano
Dirección	Km 23 ½ carretera Ticuantepe/ la concha frente a la iglesia católica Nuestra Señora de Lourdes
Propietario	Reyna Margarita
Registrado	Alcaldía municipal
Número de Empleados	1 mujer (propietaria)

**Descripción:**

Kiosco de ventas de cítricos y chicha de piña. Ubicado sobre la carretera de Ticuantepe/ La Concha. El kiosco está en buenas condiciones, con una infraestructura adecuada.



Imagen N° 67:Kiosco Anaïs

**Tabla N° 54: Kiosco Enmanuel**

Tipo de Servicio	Venta de frutas
Sector	Urbano
Dirección	Km 23 ½ carretera Ticuantepe/ la concha
Propietario	María Asunción Hernández Reynosa
Registrado	Alcaldía municipal
Número de Empleados	1 mujer (propietaria)

**Descripción**

Kiosco tipo rancho, situado a un lado de la carretera con el objetivo de que los viajeros y conductores se detengan a comprar frutas, piñas, chicha de piña, bananos.



Imagen N° 68:Kiosco Enmanuel





**Tabla N° 55: Kiosco Las piñas**

Tipo de Servicio	Venta de frutas
Sector	Urbano
Dirección	Km 24 carretera Ticuatepe la concha.
Propietario	Fátima Ayala
Registrado	Alcaldía municipal
Número de Empleados	2 mujeres

### Descripción

El Kiosco las piñas tiene una buena infraestructura de estilo rancho cuenta con instalaciones pequeñas propicias para la venta de productos derivados de la piña, como la chicha de piña, jalea de piña, piñas, entre otros.




**Imagen N° 69:Kiosco Las Piñas**



### 3.4. Consolidado de la Oferta Turística del Municipio de Ticuantepé

**Tabla N° 56: OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE TICUANTEPE:**

1. Recursos Turístico										Los principales recursos son:	Jerarquía	Demanda				
<b>Representatividad en base al tipo de Recursos:</b>										Reserva Silvestre Privada Montibelli	3	Alta				
										Refugio de vida Silvestre Chocoyero-El Brujo	3	Alta				
										Río Jordán	2	Media				
RNA	31%	RHC	31%	RSE	38%					Mirador El Ventarrón	1	Baja				
										Museo Municipal Raúl Rojas	2	Baja				
										Petroglifos "La Borgoña"	1	Baja				
										Petroglifos de Finca Palestina	1	Baja				
<b>Potencialidad en base a Jerarquía:</b>										Iglesia Sagrado Corazón de Jesús	1	Baja				
										Cooperativa de Apicultura "COPEMUPROT"	1	Baja				
1	54%	2	31%	3	15%	4	0					Finca Agro turística "Piñas de Paz"	2	Media		
												Finca Hilda Obando	1	Baja		
<b>Oportunidad en base a Demanda:</b>										Zoológico Nacional	2	Alta				
										Venta de Artesanías Chocoyero-El Brujo "Kiosko Guardabarranco"	1	Baja				
A		M				B										
2. Servicios Turísticos																
Turismo Receptivo										Establecimientos	Plazas	Plazas/Categoría – SNCT				
												0	1	2	3	4
Alojamiento										3	175	%	%	%	%	%
Alimentos y Bebidas										14	2,386					
Venta de Artesanías										1						
Servicio Recreativo										3						

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L



3. Infraestructura, Equipamiento y Servicios Turísticos									
Condición de accesibilidad a los recursos turísticos		Optimo		Bueno	80 %	Regular	20%	Malo	
Cobertura de Servicios básicos	Urbana	Buenos, con 85% de cobertura							
	Rural	Malos con 15% de cobertura							
Transporte	Aéreo	Terrestre							
	Acuario								
	Terrestre								
Espacios de Recreación		3							
Instalaciones Comerciales Turismo Receptivo		20							
4. Organización y gestión turística local									
Organizaciones del sector turismo Proyectos Eventos		Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) Gabinete de turismo							
5. Promoción del Municipio									
Acciones promocionales Creación de material publicitario.		Centro de información turística Sitios Web							

### 3.4.1. Análisis de la oferta turística del municipio de Ticuantepe

La oferta turística dentro de un destino forma parte indispensable como elemento dinamizador en el desarrollo de la actividad, ya que de estos depende la durabilidad respecto a la estadía o el retorno que puedan decidir los visitantes. Esta oferta se manifiesta en: recursos turísticos (naturales, socioeconómicos, históricos culturales), servicios turísticos (alojamiento, alimentos y bebidas, Venta de Artesanías, Servicio Recreativo) e infraestructura y equipamiento turístico los cuales son característicos en los diferentes destinos del país.

- Respecto a los 13 recursos turísticos encontrados en el municipio que representan el 100% de su totalidad hay que tomar en cuenta la gran representatividad de los recursos socioeconómicos, los cuales constituyen el 38% en los que se encuentran las diversas fincas agro turísticas dado a que este municipio se caracteriza por la agricultura, por ende las familias han considerado al turismo como un generador más de ingreso económico, a partir del desarrollo de sus trabajos en el campo.

Posterior se encuentran los recursos históricos culturales con una representación del 31%, los cuales expresan la identidad del municipio y los recursos naturales con una representación del 31%, estos últimos han sido el motor principal para el desarrollo de la actividad turística, considerando el Refugio de Vida Silvestre Chocoyero-El brujo como el recurso anzueto del municipio, dado a sus alta afluencia de visitantes.

- Por otra parte, los servicios turísticos conforman un eje fundamental para el sector turismo, ya que estos son los encargados de facilitar la permanencia de los visitantes. Para el municipio de Ticuantepe se pudo deducir que posee en su mayoría el servicio de restauración (alimentos y bebidas) con un total de catorce establecimientos a diferencia del servicio de alojamiento con un total de 3 establecimiento tomando en cuenta que 2 de ellos se

encuentran dentro de El Chocoyero y Montibelli, lo que significa que el turista, tanto nacional y extranjero, que visita el municipio de Ticuantepe no pernocta frecuentemente dentro del municipio, pero si demanda con mayor frecuencia los servicios de alimentos y bebidas.

- El municipio se encuentra en proceso de desarrollo de acuerdo a Infraestructura y Equipamiento para el fortalecimiento de la actividad turística, el acceso a los recursos en su mayoría se encuentran en buen estado considerándolos durante el verano, ya que estos son caminos que aún no están pavimentados y que durante el invierno se dificulta un poco su accesibilidad, al mismo tiempo este territorio dispone de los servicios básicos como son, energía eléctrica y agua potable para el desempeño de las actividades turísticas entorno al casco urbano de la municipalidad, teniendo un mínimo déficit en las zonas rurales, lo cual indica que las autoridades municipales deben de tener en consideración el desarrollo de dichos servicios en estas zonas donde se concentra la actividad turística.

A partir de este consolidado se pudo deducir que para el municipio de Ticuantepe la oferta turística se ha percibido como una oferta en su mayoría consolidada, dado a la variedad de recursos y servicios existentes, los cuales han permitido la atracción de visitantes extranjeros y en sus mayoría nacionales, lo que permite dinamizar la actividad en este territorio.

No obstante se necesita de una mayor atención por parte los representantes municipales a las limitantes en los servicios básicos y en el acceso a los recursos para tener un mejor desempeño en las actividades turísticas que se desarrollan dentro de Ticuantepe.

### 3.5. Producto Turístico de la Cooperativa de Turismo Rural Comunitario

Tabla de Productos potenciales de la COTCOTINAT. R.L

Tabla N° 57: Productos potenciales
<b>Turismo Rural</b> <b>Turismo Rural Comunitario</b> <b>Turismo de Aventura</b> <b>Turismo de Naturaleza</b> <b>Ecoturismo</b> <b>Turismo Científico</b> <b>Turismo Educativo</b> <b>Agroturismo</b>

Según la tabla presentada, el Turismo Rural y Rural Comunitario encabezan la lista debido a que son el principal producto meta al cual la cooperativa quiere dirigir su oferta, puesto que desde sus inicios ese fue el principal tipo de turismo a desarrollar, pero aún no se ofrece ningún servicio o producto correspondiente a estas tipologías. Además son tipos de turismo que van de acorde a las características del territorio donde la Cooperativa tiene planeado operar.

Así mismo se plantean otros productos potenciales, estos servirán para lograr que la COTCOTINAT. R.L pueda diversificar sus actividades y por ende su oferta, y que de ésta manera pueda dirigirse a diferentes mercados para posicionarse como uno de los mejores prestadores de servicios turísticos en la zona.

Dentro de estos se encuentra el Turismo Educativo, el cual será clave en los inicios de las operaciones de la cooperativa, ya que se pretende ofrecer tours a diferentes colegios públicos y privados con el objetivo de llevar a cabo un tipo de turismo que permita que los visitantes aprendan nuevas cosas relacionadas a lo medioambiental a la vez que descubren un nuevo sitio a visitar en el municipio de Ticuantepe.



### 3.5.1. Estructura del Producto Turístico del Municipio de Ticuantepe para la COTCOTINAT. R.L

El siguiente producto fue diseñado para que la Cooperativa aproveche los recursos existentes en el Municipio de Ticuantepe y que pueda ofrecerlos al mercado de una forma más organizada.



### 3.5.1.1. Diseño del Paquete Turístico de Ticuantepé



Tabla N° 58: Paquete turístico "Naturaleza, Historia y Algo más..."	
Viaje Alternativo	3 Días y 2 Noches
Tipo de Alojamiento	Tiendas de Acampar
Dificultad	Media
Pensión Completa	

Este paquete turístico está dirigido a un público joven entre 15-35 años de edad, con espíritu aventurero y muchas ganas de convivir con la naturaleza, pero sobre todo ganas de conocer más acerca del entorno natural donde estará un par de días.

Será una experiencia muy vivencial de la cuál querrán volver a vivir, porque visitarán diferentes recursos de Ticuantepé y aprenderán sobre su importancia en la zona. Durante el recorrido el turista podrá establecer conexión con la naturaleza y podrá sentirse parte de ella.

**Tabla N° 59: Itinerario del paquete turístico**

<b>Día</b>	<b>Itinerario</b>	<b>Régimen</b>	<b>Alojamiento</b>
1	Managua-Ticuantepe -Zoológico Nacional- Restaurante Alex Bar- Visita al Museo Raúl Rojas- Recorrido por las Calles del Municipio de -Visita al Mirador El Ventarrón-Refugio de Vida Silvestre Chocoyero-El Brujo	A-C	Tiendas de acampar
2	-Refugio de Vida Silvestre Chocoyero-El Brujo	DAC	Tiendas de Acampar
3	Regreso a Managua	DA	-

**D: Desayuno, A: Almuerzo, C: Cena**

**Día 1: Traslado de Managua al Municipio de Ticuantepe y sus diferentes destinos turísticos.**

Su viaje empieza con el traslado de Managua al Municipio de Ticuantepe donde visitará el Zoológico Nacional donde podrá ver de cerca las diferentes especies de animales existentes en el área, durante la visita estará acompañado de un guía de turistas el cuál le brindará una calurosa bienvenida y le brindará la información necesaria sobre cada una de las actividades de las que será parte durante la visita.

Luego de haber culminado su recorrido por este lugar, se trasladará al centro del Municipio donde degustará de un delicioso almuerzo en el Restaurante Alex Bar el cuál le asegura higiene y calidad en cada uno de sus platillos.

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L

Después podrá trasladarse al Museo Municipal Raúl Rojas el cual está ubicado a tan solo 15 min del lugar donde almorzará y es uno de los 80 museos que aproximadamente existen en el territorio Nicaragüense.

En este museo se exponen diferentes piezas arqueológicas que eran utilizadas por nuestros antepasados, muchas de ellas encontradas en las comunidades rurales del municipio. Además podrá ver de cerca un mural donde se representan las actividades diarias que desempeñaban los indígenas.

Después de haber visitado el Museo, podrá dar un pequeño recorrido por las calles de Ticuantepe para familiarizarse con el entorno donde se encuentra. Cuando haya terminado su recorrido se trasladará al Mirador El Ventarrón que se ubica a tan solo 5 kilómetros del casco urbano.

Este sitio posee una belleza inigualable, tiene una vista privilegiada en la región, puesto que desde allí podrá observar, parte de Managua, Laguna de Masaya, Volcán Masaya, Volcán Mombacho y sobre todo la vegetación que existe entre los departamentos de Managua y Granada.

Esta es una experiencia única que usted vivirá, podrá tomar las mejores fotografías del área para tenerlas de recuerdo.

Después de visitar El Ventarrón se dirigirá al Refugio de Vida Silvestre Chocoyero-El Brujo y cuando llegue a su destino podrá ubicarse en la tienda de acampar que estará esperando por usted.

La cena será en el Chocoyero.

## **Día 2: Refugio de Vida Silvestre Chocoyero el Brujo.**

Su segundo día empezará de la mejor manera posible, ya que usted degustará de un desayuno típico de la zona. Luego en el centro de interpretación del Refugio usted será parte de una actividad de presentación y familiarización con los demás turistas y por supuesto con el personal que estará a sus servicios durante su estadía en el sitio.

Cuando la actividad haya culminado, se trasladará a las parcelas de siembras y conocer sobre su forma de cultivo.

Posteriormente, degustará de un riquísimo almuerzo preparado por las manos trabajadoras de las mujeres de las comunidades aledañas a la zona.

Por la tarde empezará su recorrido al atractivo principal, el cual es la Cascada El Chocoyero, aquí usted podrá realizar una caminata de aproximadamente 1.2 km en un ambiente relajado y amenizado por el cantar de las diferentes aves que allí viven, además tendrá una vista espectacular, puesto que en el sendero existen una especie de túneles naturales hechos con la misma hierba que crece en el área.

Luego de haber terminado su recorrido por el sendero podrá descansar en el mejor lugar que usted elija. Más tarde será parte de una actividad con el objetivo de recrearse un poco y por la noche disfrutará de una riquísima cena acompañada de un café producido en la zona.

## **Día 3: Retorno a Managua**

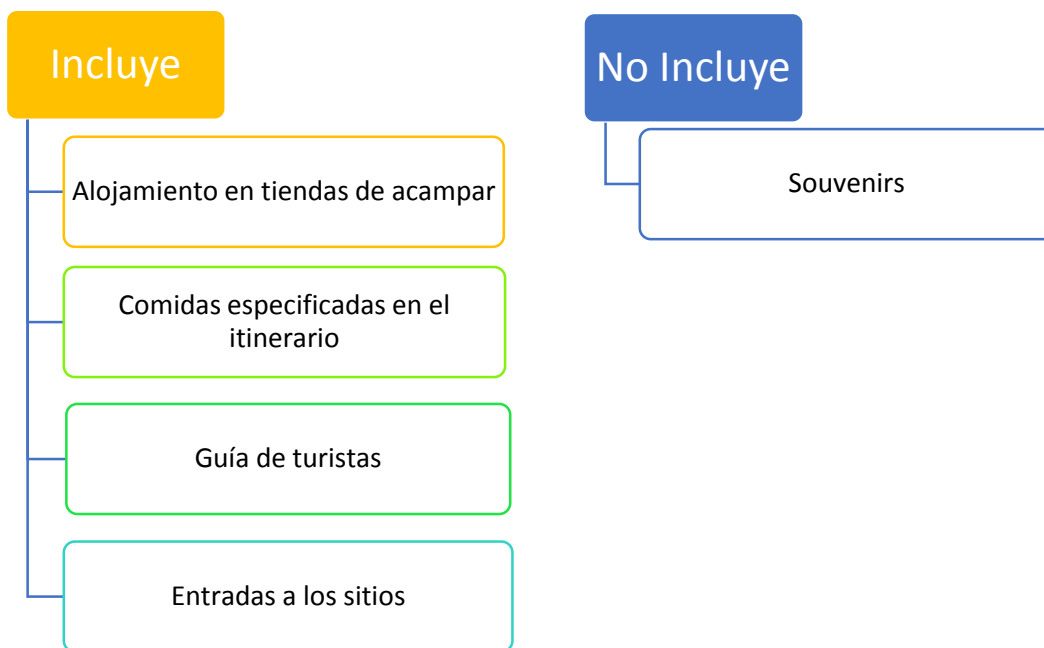
En el tercer día siguiendo con su programa de actividades desayunará en el Refugio y tendrá una charla educativa sobre Turismo y Biodiversidad. Esta actividad le permitirá ser más consciente sobre las consecuencias que sufre el mundo con cada una de las acciones que realizamos día a día.

Luego tendrá un tiempo para relajarse y recordar las experiencias vividas en este municipio que siempre estará esperando por usted.



Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L

A las 10:30 Am regreso a Managua.



**Precios**

**Salidas a partir; mínimo de 2 personas**

**Tabla N° 60: Precios del paquete turístico**

Precio por persona		
A partir de 2	Ex.	C\$ 2,634.82
	Nac.	C\$ 2,540.22
A partir de 3	Ex.	C\$ 2,460.80
	Nac.	C\$ 2,366.20
A partir de 4	Ex.	C\$ 2,198.60
	Nac.	C\$ 2,104.00

### 3.5.2. Estructura del Producto Turístico de la Reserva Privada Montibelli para la COTCOTINAT. R.L

El siguiente Producto Turístico tiene como producto principal a la Reserva Privada Montibelli, así mismo en él se detallan los productos complementarios y periféricos, para posteriormente diseñar un tour.



### 3.5.2.1. Diseño del Full Day

Tour/ Full Day



**Tabla N° 61: Full Day "Con aroma a Piña"**

<b>Viaje Alternativo</b>	<b>1 Día</b>
<b>Tipo de Alojamiento</b>	-----
<b>Dificultad</b>	Baja
<b>Incluye Almuerzo</b>	

Este tour está diseñado para ser consumido por todo tipo de público sin excepción de edad, siempre y cuando tengan el deseo de convivir con la naturaleza y vivir experiencias propias de la vida en las zonas rurales de Ticuantepe.


Es un tour que le permitirá al turista revalorar y admirar cada escenario natural que existe en Nicaragua, especialmente los existentes en los lugares donde se desarrollará. Será sin duda una experiencia muy vivencial que le permitirá sentirse parte del entorno natural donde estará.

**Tabla N° 62: Itinerario del Full Day**

Hora	Itinerario	Régimen	Alojamiento
08:00 a.m- 08:30 a.m	Traslado de Managua-Ticuantepe	Almuerzo	Ninguno
08:30 a.m 10:30 a.m	Visita a la Finca La Jícara/ Tour de la Cuajada		
10:30 a.m- 12:00 p.m	Traslado y visita a la Finca Palestina		
12:00 p.m 01:30 p.m	Traslado y Almuerzo en la Reserva Privada Montibelli		
01:30 p.m 04:30 p.m	Tour y Avistamiento de Aves		
04:30 p.m 05:00 p.m	Retorno a Managua		

### Traslado de Managua-Ticuantepe- Visita a la Finca La Jícara/ Tour de la Cuajada

Esta aventura comienza con su traslado de Managua a la Finca La Jícara en el Municipio de Ticuantepe, aquí usted podrá ser parte del proceso de extracción de leche de la vaca y de la elaboración de una riquísima Cuajada.



Posterior a eso se hará el **Traslado a la Finca Palestina**, siendo ésta parte del Circuito Montibelli, allí usted podrá observar de cerca algunas piezas arqueológicas que fueron utilizadas por los antepasados de la zona y que han sido encontradas y preservadas por los propietarios de la finca.

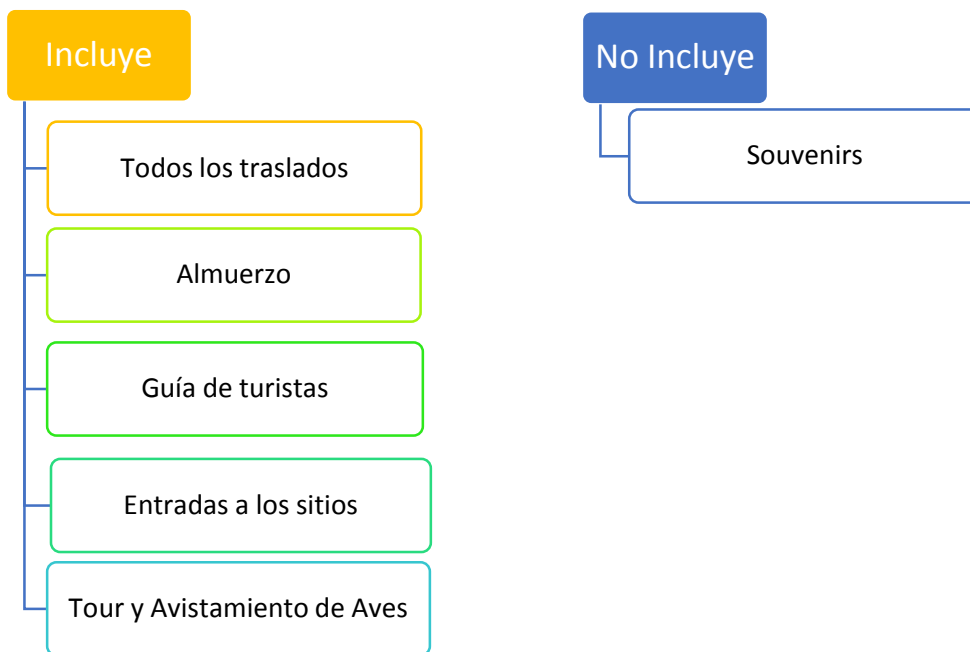
Cuando haya conocido más sobre la vida de los indígenas de la zona usted se trasladará a la **Reserva Privada Montibelli** donde degustará de un riquísimo almuerzo preparado con algunos productos 100% naturales y producidos en la reserva y después de haber almorzado se podrá relajar un poco para continuar con su recorrido por este bello lugar de Ticuantepe.

Por la tarde realizará un tour guiado por el sendero Los Balcones el cual tiene una extensión de aproximadamente 2 ½ Km y es de dificultad baja, se puede recorrer en un periodo aproximado de tres horas, ya que usted podrá realizar la actividad de avistamiento de aves en la zona, así podrá conocer más sobre las características particulares de algunas especies de aves que allí se encuentran.

Su día finaliza con el **Retorno a Managua** o cualquier destino que sea planeado por usted.



Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L



**Precios**

**Salidas a partir; mínimo de 2 personas**

Tabla N° 63: Precio del Full Day

Precio por persona	
A partir de 2	C\$ 1,533.41
A partir de 3	C\$ 1,533.41
A partir de 4	C\$ 1,533.41

3.5.3. Estructura del Producto Turístico del Cerro El Ventarrón para la COTCOTINAT. R.L



### 3.5.3.1. Diseño del HalfDay



Tabla N° 64: Half Day “Ticuantepe Tierra de Aventura por Vivir...”

Viaje Alternativo	Tour de medio día en el Cerro el Ventarrón
Alimentación	Almuerzo
Dificultad	Media

Para jóvenes y adultos buscadores de aventuras y cuya motivación va más allá de ver un bonito lugar. Con “Ticuantepe Tierra de Aventuras por Vivir”, conocerás sobre la historia de antiguas tribus indígenas y podrás observar valiosos artefactos arqueológicos en el museo de Ticuantepe. Además, disfrutaras del panorama que te ofrece el Mirador de Ángel y te deleitaras de la hermosa vista que se tiene desde el Cerro El Ventarrón a todo su alrededor.



**Tabla N° 65: Itinerario del Half Day "Ticuantepe, Tierra de Aventura por Vivir..."**

**Itinerario**

8:30 AM	Visita Museo Municipal "Raúl Rojas"
9:30AM	Visita Cerro El Ventarrón
12:00 PM	Almuerzo Restaurante Vista El Ángel

**Descripción del tour**

**Museo de Ticuantepe "Raúl Rojas"**

Posteriormente se realizará una visita al Museo Arqueológico de Ticuantepe donde participará de una interesante exposición sobre una colección de objetos arqueológicos que muestran la secuencia del desarrollo social de la localidad desde 500 a.C. hasta el contacto con los españoles en una exposición ambientada con murales alusivo a escenas de la vida precolombina de los nativos de la zona.



**Imagen N° 70: Interior del Museo de Ticuantepe "Raúl Rojas"**

La colección muestra objetos de impresionante arte precolombino. También existen piezas de Nandaime, Ometepe, Nindirí y La Concha. Piezas precolombinas que datan de 500 a 1500 años después de Cristo. Entre estas se destacan la cerámica y piedra que representan la religión y la sociedad de antepasados indígenas.

## Cerro El Ventarrón

En este cerro es donde la aventura comienza, pues anteriormente era un volcán activo, sin embargo hoy en día es el cráter del volcán San Fernando, su altura es de 700 metros y para llegar hasta su cima se hará una caminata de aproximadamente de 30 a 45 minutos.



Imagen N° 71: Vista Panorámica desde el Cerro el Ventarrón

Una vez en la cima es posible disfrutar de una maravillosa vista panorámica que incluye el volcán Masaya, la laguna de Masaya, parte de la comunidad de Ticuantepe y a lo lejos el volcán Mombacho.

## Almuerzo en el Restaurante Vista el Ángel

Después de toda una mañana llena de actividades, el tour culmina con la degustación de deliciosos platillos en el Restaurante Vista del Ángel, desde este lugar se puede admirar una hermosa vista panorámica hacia las serranías de Ticuantepe y parte del cráter del Volcán Santiago.



Imagen N° 72: Restaurante Vista del Ángel





¿Qué incluye el tour?

**Tabla N° 66: Contenido del Half Day "Ticuantepe, Tierra de Aventura por Vivir..."**

Incluye	No Incluye
Todas las entradas Guía Turístico Almuerzo	Souvenir Gastos médicos



**Precio**

**Salidas a partir; mínimo de 2 personas**

**Tabla N° 67: Precio del Half Day "Ticuantepe, Tierra de Aventura por Vivir..."**

Tour por persona, a partir de:	
2 persona	C\$ 527.62
3 persona	C\$ 472.66
4 persona	C\$ 418.41



3.5.4. Estructura del Producto Turístico del Chocoyero para la COTCOTINAT R.L.



### 3.5.4.1. Diseño del Tour del Chocoyero



Tabla No 68: Tour "Chocoyo por un Día"

<b>Viaje Alternativo</b>	Tour de Medio Día
<b>Dificultad</b>	Baja

Este es un tour que va dirigido a un segmento de mercado más entregado a las actividades al aire libre, es decir a todas aquellas personas que les apasiona hacer avistamiento de aves o birdwatching como es llamado en inglés y por las características propias del tour no se concibe límite de edad para la realización del mismo.

Esta es una afición que suele desarrollarse con objetivos de ocio u investigaciones científicas, ya que se realizará en el Refugio de Vida Silvestre Chocoyero-El Brujo que es famoso en Nicaragua por sus decenas de chocoyos verdes que habitan en los paredones de la cascada principal del área protegida.

Tabla N° 69: Itinerario del Tour "Chocoyo por un Día"

Itinerario	
<b>02:00 PM</b>	Visita al Refugio de Vida Silvestre Chocoyero El Brujo
<b>02:30 PM</b>	Avistamiento de Aves
<b>05:00 PM</b>	Retorno a su lugar de procedencia

### Descripción del Tour

En este tour usted será parte de una experiencia como ninguna otra, ya que hará avistamiento de aves, actividad que se realizará en el Refugio de Vida Silvestre Chocoyero-El Brujo que es considerado como el mayor reservorio de agua dulce del departamento de Managua, además se caracteriza por ser un sitio un clima muy agradable donde albergan diversas especies florísticas y faunísticas.

Su tour empezará con algunas recomendaciones básicas del guía, para hacer el recorrido por el sendero principal que conduce hacia la cascada principal Chocoyero.

Aquí usted podrá ver algunas de las 186 especies de aves que han sido identificadas en el refugio, donde 44 de estas son migratorias que provienen de Estados Unidos y Canadá, las demás son locales. La especie que más predomina es el perico del Pacífico, conocido como chocoyo, de ahí que al lugar le llamen "Chocoyero" y esta será la especie de ave que usted podrá ver en mayor cantidad.

A continuación se muestra un collage de fotografías de aves encontradas en el Chocoyero.





Imagen No 73: Aves encontradas en el Chocoyero

¿Qué incluye el tour?

Tabla N° 70: Contenido del Tour "Chocoyo por un Día"

Incluye	No Incluye
Entrada al Refugio	Souvenir
Guía Turístico	Equipo para avistamiento de aves
Actividad de Avistamiento de Aves	



**Precio**

**Salidas a partir; mínimo de 2 personas**

Tabla N° 71: Precio del tour "Chocoyo por un Día"		
Precio por persona		
A partir de 2	Ex.	C\$ 435.65
	Nac.	C\$ 388.13
A partir de 3	Ex.	C\$ 325.73
	Nac.	C\$ 266.90
A partir de 4	Ex.	C\$ 270.76
	Nac.	C\$ 211.94

Two pineapples are positioned on either side of a yellow banner that has a teal-colored downward-pointing triangle at its bottom edge. The banner contains the text 'Capítulo IV' in a blue, serif font with a white outline.

# Capítulo IV

The background of the lower half of the page is a landscape photograph showing a vast valley with rolling green hills and mountains under a blue sky with light clouds. The foreground consists of dry, yellowish-brown grass.

## *Plan de Marketing*

#### 4.1. Presentación del Plan de Marketing

Para la realización de la estrategia de desarrollo de la cooperativa de Turismo Comunitario Ticuantepe Natural Travel (COTCOTINAT R.L), a través de un plan de negocio, es de gran importancia la elaboración del plan de marketing, herramienta fundamental para la competitividad en el mercado de la cooperativa. Dentro de este estudio se plantearán acciones necesarias para poder alcanzar los objetivos de mercados haciendo un análisis previo de las oportunidades y amenazas del mismo permitiendo el desarrollo de la COTCOTINAT R.L.

Dado a la limitante de la cooperativa, de no poder operar en el mercado por no poseer financiamiento necesario para el desarrollo de sus actividades y el de no tener definido un producto o servicio para ofertarlo al mercado turístico, se realizó el plan como herramienta que permita trazar objetivos precisos y a partir de estos crear estrategias para la dinamización de la cooperativa través de la puesta en marcha la venta de productos y servicios diseñados.

Por lo tanto, la elaboración de este plan de marketing como propuesta dentro del plan de negocio dará respuesta a la necesidad de los asociados de darse a conocer en el mercado y de qué manera ofrecer sus productos y servicios, como lo expresaba la vice-presidenta de la cooperativa, la Sra. Marlene del Socorro Ruiz Pérez:

“Necesitamos algo que nos permita darnos a conocer en el mercado turístico, debemos pensar de manera empresarial y organizada y dejar de actuar de manera empírica, pensar en iniciativas que nos permita llevar en funcionamiento la cooperativa”(30/11/2015).

Esta falta de conocimiento sobre el tema del marketing los limita a desarrollar estrategias y actividades enmarcadas al turismo. A partir de esta gran necesidad se elabora el plan de marketing, lineamiento para comercializar sus productos y servicios a los clientes potenciales y de esta manera aportar con la cooperativa en su desarrollo.

#### 4.2. Análisis FODA

En el desarrollo de este capítulo es necesaria la realización del Análisis FODA, pero considerando que esta herramienta se encuentra dentro del Capítulo II de este documento entonces se omite en esta sección del Plan de Negocios, pero sus elementos fueron consultados para elaborar el plan de marketing en general.

### 4.3. Objetivos, Estrategias y Acciones del Plan de Marketing

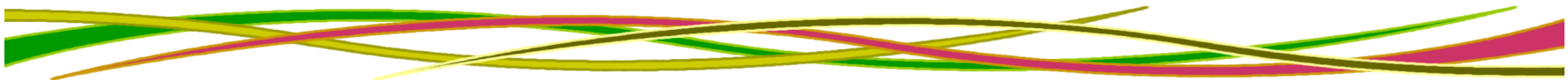
#### 🌿 Objetivo General

Incorporar en el mercado turístico la "Cooperativa de Turismo Comunitario Ticuan-tepe Natural Travel" (COTCOTINAT R.L) permitiendo el desarrollo de la misma.

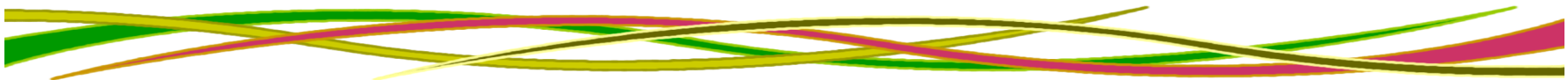
**Tabla N° 72:Objetivos, Estrategias y Acciones del Plan de Marketing**

Debilidad	Objetivo	Estrategia	Acción
<ul style="list-style-type: none"> <li>🌿 No cuentan con un plan operativo.</li> </ul>	<p>1. Solidificar la cooperativa en la industria turística con la creación de productos y servicios estratégicos que permita la atracción de una demanda.</p>	<p>1. Estrategia de posicionamiento.</p> <p><b>1.1. Producto y Servicio</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Puesta en venta de paquetes turísticos.</li> <li>✓ Puesta en venta de camisas con imágenes alusivas al municipio.</li> <li>✓ Ofrecer el servicio de guiado como recurso dependiente a los paquetes turísticos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>🌿 Falta de proyectos turísticos.</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>🌿 Estancamiento en el diseño de productos turísticos y por lo tanto ventas nulas de servicios prestados por parte de la cooperativa.</li> </ul>			





<p>✦ Ausencia de material publicitario.</p>			
<p>✦ Poco asesoramiento legal.</p>			<p><b>Publicidad</b></p>
<p>✦ Carencia de medios de transporte.</p>	<p>2. Establecer una imagen de la especialidad en el turismo de la Cooperativa a nivel nacional e internacional para el reconocimiento y posicionamiento de la misma.</p>	<p><b>1.2. Comunicación y Promoción.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inclusión en páginas promotoras del turismo a nivel nacional.</li> <li>✓ Actualización en las redes sociales (Facebook, Twitter)</li> <li>✓ Creación de material publicitario (tarjetas de presentación y volantes).</li> </ul>
<p>✦ Incumplimiento en los deberes de los asociados, especialmente en efectuar el desembolso de las aportaciones económicas contraídas con la cooperativa.</p>			
<p>✦ Inasistencia de algunos asociados en reuniones debido a que son residentes en zonas rurales alejadas en el municipio de Ticuantepe.</p>	<p>3. Diseñar estrategias de promoción y comercialización de los productos y servicios a ofertar en la cooperativa.</p>	<p><b>1.3. Comercialización</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Visita para la divulgación a universidades y colegios y con el propósito de efectuar convenios.</li> <li>✓ Visitas a empresas vinculadas al turismo como</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Necesidad de personal capacitado en idiomas, principalmente inglés.</li> </ul>			<p>hoteles y restaurantes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Participación por parte de la cooperativa a ferias que se desarrollen a nivel local, regional y nacional.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de presupuesto para realizar diversas gestiones</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inexistencia de una oficina y su equipamiento.</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desmotivación por parte de los asociados para trabajar como cooperativa.</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de herramientas como: equipos para avistamiento de aves, botiquín de primeros auxilios, entre otros.</li> </ul>			



### 4.3.1. Estrategias del Plan

#### 4.3.1.1. Estrategia de Posicionamiento

Se pretende colocar a la cooperativa COTCOTINAT R.L en el mercado turístico como una cooperativa comprometida con la conservación y protección de los recursos naturales con la práctica de un turismo Sostenible dentro de los productos y servicios a ofertar.

##### 4.3.1.1.1. Creación de productos y servicio:

Diseñar productos como suvenir, camisas con la representación de la cooperativa, así como la oferta de servicios para los visitantes por parte de los asociados como el servicio de guiados dentro del municipio, dando como resultado la dinamización económica, al igual que permitirá realzar la imagen de la cooperativa.

##### 4.3.1.1.2. Publicidad:

A partir del diseño y definición de productos y servicio, se procederá a desarrollar la estrategia de publicidad, la cual consiste en la actualización de las redes sociales como Facebook y Twitter considerando la gran aceptación que han tenido como una herramienta de publicidad online y uno de los principales canales de comercialización, al mismo tiempo se elaborará material publicitario como banner.

Todo esto con el propósito de dar a conocer la cooperativa y así poder llegar hasta los consumidores potenciales. Esto se debe hacer con información verídica, oportuna, entretenida y con actualización constante por parte de uno de los socios de la cooperativa.

##### 4.3.1.1.3. Promoción y comercialización:

Se divulgará la información inmediata de las actividades a desarrollar por parte de la cooperativa en las redes sociales ya establecidas, al igual que se darán a conocer las promociones que surgirán a través de la realización de las mismas.

Al mismo tiempo se pretende llegar hasta los consumidores con las ventas

directas, es decir visitando empresas turísticas como hoteles, restaurantes e incluso se proyecta la visita a colegios y universidades. De igual manera es muy importante la participación de la cooperativa en eventos como ferias regionales y las que se llevan a cabo a nivel nacional, ya que este será un punto de partida para la divulgación de la imagen de la COTCOTNITAT R.L.

#### 4.3.2. Monitoreo y evaluación

##### **Acción 1:** Productos y servicios

El control de esta estrategia estará a cargo de la junta directiva de la cooperativa tomando en consideración las opiniones de sus asociados para así poder tener diferentes perspectivas y por ende mayores oportunidades de innovación para las actividades que se proyectan desarrollar.

- 🌱 El periodo de realización de esta acción es de 1mes.

##### **Acción 2:** Creación de publicidad online y física.

Para llevar a cabo esta estrategia es importante el involucramiento de los asociados de la cooperativa encabezados por el presidente, con el fin de llegar a un consenso de la información que se divulgará en las redes sociales y los canales y medios que se utilizarán para lograr la aceptación de consumidores potenciales.

- 🌱 Creación de cuentas en redes sociales

Creación de cuentas en Facebook y Twitter, se proyecta realizarlos en un periodo de dos días, en donde se publicará información general de la cooperativa y sobre todo se promocionará los servicios turísticos que ésta ofrece.

## Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L

Cabe mencionar, que será de gran importancia la constante actualización de la información y la divulgación de las diferentes actividades o eventos para la dinamización de la Cooperativa.



Imagen N° 74: Foto de pantalla capturada desde la página en Facebook de la COTCOTINAT R.L

### 🌿 Creación de tarjetas de presentación

Se propone un modelo de tarjeta de presentación, en donde muestra los datos más importantes de la cooperativa: Nombre, dirección, números telefónicos, correo electrónico y las cuentas en redes sociales.



Imagen N° 75: Tarjeta de presentación de la COTCOTINAT R.L



Material Publicitario

Para consolidar la estrategia de publicidad se propone el diseño de banner y brochures que oferten y promoción en los servicios prestados por la COTCOTINAT R.L, así mismo se presenta la opción de la venta de camisetas, las cuales desempeñan un doble papel: la publicidad para la cooperativa y el aporte económico.

- Publicidad del Paquete de 3 días y 2 Noches

**COTCOTINAT R.L.**

¡El Placer de Vivir, Viajar y Descubrir!

**Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepé Natural Travel R.L"**

**Tour**  
**Naturaleza, Historia y Algo Más...**

**Sitios a Visitar:**

- Zoológico Nacional
- Museo Raúl Rojas
- Mirador El Ventarrón
- Chocoyero

**Precio Incluye:**

- Guía de Turistas
- Entradas a los Sitios
- Alimentación
- Alojamiento en Tiendas de Acampar

**No Incluye:**

- Souvenir

Salidas a partir de 2 personas

**Contactanos:**  
Cel: 8707-6147  
Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepé Natural Travel" R.L.

Imagen No 76: Banner Paquete Turístico, (Naturaleza Historia y Algo Más...)

- Publicidad del Full Day

**Tour con Aroma a Piña  
(Visita a Montibelli)**

**Precio Incluye:**

- Guía de Turistas
- Entradas a los Sitios
- Almuerzo
- Avistamiento de Aves

**No Incluye:**

- Souvenir

**COYCOTINAT. R.L.**  
Cooperativa de Turismo Comunitario  
"Ticuantepe Natural Travel R.L."

**¡El Placer de Vivir,  
Viajar y Descubrir!**

Imagen No 77: Banner Full Day, (Con Aroma a Piña)

- Publicidad del Half Day

**Cerro El Ventarron**

**Visita al museo municipal  
Guía turístico  
Almuerzo en el  
restaurante Vista el Angel**

**Ticuantepe, Tierra de Aventuras por Vivir...**

**Contactos: 87076147 C y 81241327 M  
cooperativa.turismo.ticuantepe@gmail.com**

Imagen No 78: Banner Half Day, (Ticuantepe, Tierra de Aventuras por Vivir)



- Publicidad del Half Day Chocoyo por un Día



Imagen No 79: Banner Half Day, (Chocoyo por un Día)

- Diseño de Camisetas Publicitarias

Estas camisetas tendrán un valor simbólico de C\$155. Sus diseños varían según las imágenes presentadas a continuación. Se pretende serigrafiarlas en diferentes colores para que los clientes tengan mayores opciones para escoger su preferida.



Imagen No 80: Diseño de Camisas Promocionales

**Acción 3:** Divulgación de información inmediata de la cooperativa.

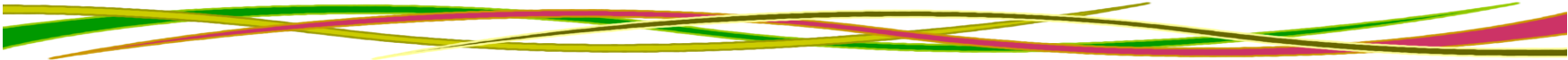
- 🌱 Esto estará a cargo de los diferentes asociados como principal dirigente el presidente de la cooperativa, ya que requerirá de gran personal para la visita de los diferentes sitios proyectados para la comercialización de productos y servicios.
- 🌱 Se proyecta llevarlo a cabo durante 3 meses. Cabe recalcar que para esta acción será necesario reanudar las visitas para tener un mayor acercamiento de los consumidores potenciales teniendo como prioridad la información actualizada, al igual que en las redes sociales.

4.3.2.1. Monitoreo y Evaluación

Tabla N° 73: Monitoreo y Evaluación del Plan de Marketing

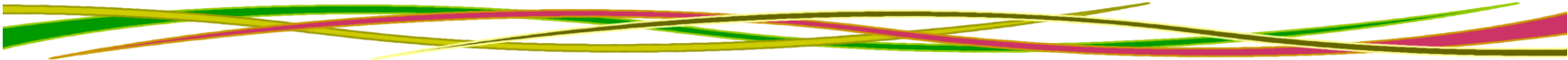
Acción	Descripción	Duración	Responsable	Observación
<p><b>Producto y Servicio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Puesta en venta de paquetes turísticos.</li> <li>✓ Puesta en ventas de camisas con la promoción del municipio.</li> <li>✓ Ofrecer el servicio de guiado como recurso dependiente a los paquetes turísticos.</li> </ul>	<p>La comercialización de los paquetes turísticos así como la oferta de servicios para los visitantes por parte de la cooperativa dentro del municipio ayudará la dinamización económica, al igual que permitirá realzar la imagen de la cooperativa.</p>	<p>1 Mes</p>	<p>JUNTA DIRECTIVA</p>	<p>Aquí se toma en consideración las opiniones de sus asociados para así poder tener diferentes perspectivas y por ende mayores oportunidades de innovación para las actividades proyectadas a desarrollar.</p>





<p><b>Comunicación y Promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inclusión en páginas promotoras del turismo a nivel nacional.</li> <li>✓ Registro en las redes sociales (Facebook, Twitter)</li> <li>✓ Creación de material publicitario (tarjetas de presentación).</li> </ul>	<p>A partir del diseño y definición de productos y servicio, se procederá a desarrollar la estrategia de comunicación y promoción con sus respectivas acciones, ya que estas herramienta de publicidad son los principales canales de comercialización, que logran llegar de forma acertada hasta los consumidores, al mismo tiempo se.</p>	<p>1 mes</p>	<p>PRESIDENTE</p>	<p>Esto se debe hacer con información verídica, oportuna, entretenido y con actualización constante.</p>
---	---	--------------	-------------------	--





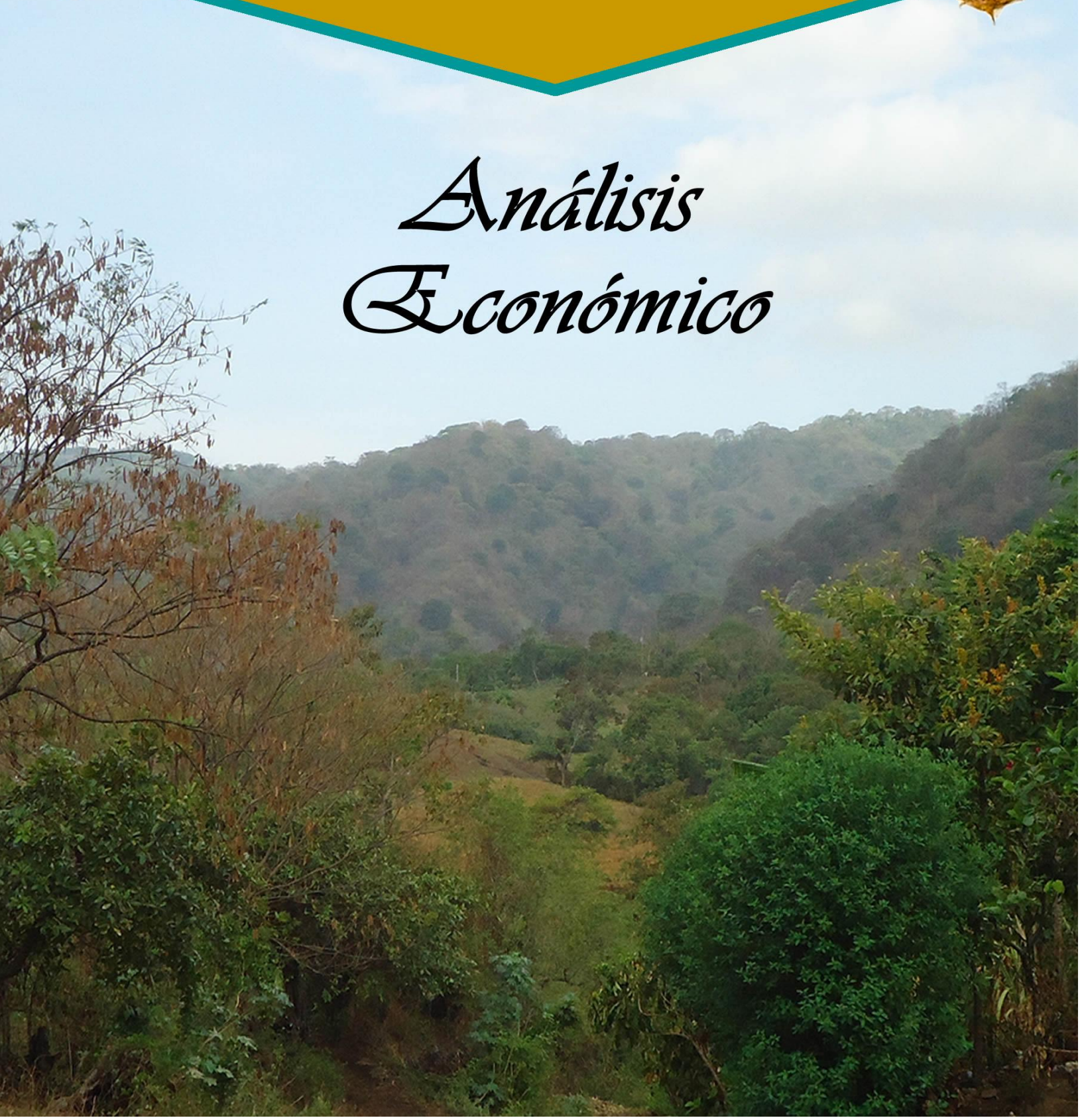
<p><b>Comercialización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Visita para la divulgación a universidades y colegios y con el propósito de efectuar convenios.</li> <li>✓ Visitas a empresas vinculadas al turismo como hoteles y restaurantes</li> <li>✓ Participación por parte de la cooperativa a ferias que se desarrollen a nivel local, regional y nacional.</li> </ul>	<p>Aquí se divulgará la información inmediata de las actividades a desarrollar por parte de la cooperativa, al igual que las promociones que surgirán a través de la realización de las diferentes actividades.</p>	<p>12 Meses del año (constante)</p>	<p>ASOCIADOS</p>	<p>Para esta acción será necesario reanudar las visitas para tener un mayor acercamiento de los consumidores potenciales teniendo como prioridad la información actualizada, al igual que en las redes sociales.</p>
---	---	---	------------------	--





Two pineapples are positioned at the top corners of the page, one on the left and one on the right, against a yellow background. The pineapples are ripe with a golden-brown color and green crowns.

# Capítulo V

The background of the page is a landscape photograph showing a valley with green hills and trees under a blue sky with light clouds. The foreground is filled with dense green foliage and some brown branches.

## *Análisis Económico*

En este capítulo se describe el estado financiero de la Cooperativa desde su creación hasta las proyecciones de los gastos incurridos para alcanzar las metas previstas dentro del plan.

### **Balance General**

El balance general es un instrumento que le permite a la cooperativa obtener la información necesaria para la toma de decisiones en las áreas de inversión y financiamiento, tal y como se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla N° 74: Balance General**

<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>1. Activo corriente</b>	<b>C\$ 151,698.36</b>	<b>1. Pasivo</b>	
Caja		Proveedores	
Banco	C\$ 151,698.36	Documentos por pagar	
Inventario		Impuestos por pagar	
<b>2. Activos Fijos</b>		<b>2. Pasivo a Largo Plazo</b>	<b>C\$ 151,698.36</b>
Mobiliario y equipo de oficina		Documentos por pagar a largo plazo	C\$ 151,698.36
Equipo de computo		<b>Total Pasivo</b>	<b>C\$ 151,698.36</b>
<b>3. Cargos diferidos</b>	<b>C\$ 2,500.00</b>	<b>Patrimonio</b>	
Gastos constitución	C\$ 2,500.00	Capital	C\$ 3,500.00
<b>4. Otros activos</b>	<b>C\$ 1,000.00</b>	<b>PASIVO + CAPITAL</b>	<b>C\$ 155,198.36</b>
Patente	C\$ 1,000.00		
<b>Total Activo</b>	<b>C\$ 155,198.36</b>		



## 5.1. Costo de inversión

El costo de inversión es el capital que hace posible el funcionamiento y la producción de la cooperativa invertido en los siguientes elementos: gastos de constitución, costos de ventas, costos de operación, costo de producción de las camisetas, costos de administración, uniformes, papelería y equipo de cómputo. Para conocer el costo de inversión, fue necesario calcular el costo de ventas, el costo de operación, el costo de producción de las camisetas y el costo de administración.

El costo de venta, no es más que los gastos generados para la promoción y comercialización de los productos turísticos, esto incluye: el salario del vendedor, viáticos de transporte, banner, tarjetas de presentación y brochures. Es importante mencionar que la impresión de las tarjetas de presentación se sugieren que sean trimestralmente, al igual que los banner y brochures para efectos promocionales.

En la siguiente tabla se presentan los detalles de los costos de ventas mensuales, los cuales en la totalidad de un año suman un monto de C\$58,567.62.

Nota: En anexos, "Pago de Planilla", se observa detalladamente el salario del vendedor.



**Tabla No. 75 :Costos de ventas**

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Salario de vendedor	C\$ 4,067.00	C\$ 4,067.00	C\$ 4,067.00	C\$ 4,067.00	C\$ 4,067.00	C\$ 4,067.00	C\$ 4,067.00	C\$ 4,067.00	C\$ 4,067.00	C\$ 4,067.00	C\$ 4,067.00	C\$ 4,067.00
Tarjetas de Presentación	C\$ 250.00	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ 250.00	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ 250.00	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Banner	C\$ 504.54	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ 504.54	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ 504.54	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Broshures	C\$ 500.00	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ 500.00	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ 500.00	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Viáticos de transporte	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00
<b>Totales</b>	<b>C\$ 5,821.54</b>	<b>C\$ 4,567.00</b>	<b>C\$ 4,567.00</b>	<b>C\$ 4,567.00</b>	<b>C\$ 5,821.54</b>	<b>C\$ 4,567.00</b>	<b>C\$ 4,567.00</b>	<b>C\$ 4,567.00</b>	<b>C\$ 5,821.54</b>	<b>C\$ 4,567.00</b>	<b>C\$ 4,567.00</b>	<b>C\$ 4,567.00</b>

El costo de operación se obtuvo calculando los gastos operacionales de cada tour, en donde se expresan los precios detallados de los proveedores (guía turístico, alimentación, alojamiento, entradas y actividades a realizar en dependencia de cada tour. Por lo tanto, en las siguientes tablas se presentan los gastos operacionales.



## Gastos Operativos por Tours

**Tabla N° 76: Gastos operativos del Tour "Naturaleza, Historia y algo más..."**

Ticuntepe							
Detalle de los servicios	Prestatario de servicios	Tarifa por 2 personas		Tarifa por 3 personas		Tarifa por 4 personas	
		Extranjero	Nacional	Extranjero	Nacional	Extranjero	Nacional
Guía	Local	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Comidas:							
2 Desayunos	Restaurante Alex Bar	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 40.00	\$ 40.00
2 Almuerzos	Chocoyero	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 48.00	\$ 48.00
2 Cena		\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 48.00	\$ 48.00
Alojamiento		\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
Actividades:							
Visita al Zoológico		\$ 4.00	\$ 2.20	\$ 6.00	\$ 3.30	\$ 8.00	\$ 4.40
Museo Raúl Rojas		\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 4.00	\$ 4.00
Entrada al Chocoyero		\$ 6.60	\$ 3.00	\$ 9.90	\$ 4.50	\$ 13.20	\$ 6.00
Tour por las Parcelas		\$ 10.80	\$ 10.80	\$ 10.80	\$ 10.80	\$ 10.80	\$ 10.80
Tour por la Cascada		\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 4.00



Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L

Charla sobre Turismo y Biodiversidad		\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00
<b>Costo Neto de los Servicios</b>		\$ 150.40	\$ 145.00	\$ 210.70	\$ 202.60	\$ 251.00	\$ 240.20
Mark Up	25%	\$ 37.60	\$ 36.25	\$ 52.68	\$ 50.65	\$ 62.75	\$ 60.05
Precio de Venta al público		\$ 188.00	\$ 181.25	\$ 263.38	\$ 253.25	\$ 313.75	\$ 300.25
Precio en córdobas según tasa de cambio		C\$ 5,269.64	C\$ 5,080.44	C\$ 7,382.40	C\$ 7,098.60	C\$ 8,794.41	C\$ 8,416.01

**Tabla N° 77: Gastos operativos del Tour "Chocoyo por un día"**

Chocoyero							
Detalle de los servicios	Prestatario de servicios	Tarifa por 2 personas		Tarifa por 3 personas		Tarifa por 4 personas	
		Extranjero	Nacional	Extranjero	Nacional	Extranjero	Nacional
Entrada	Refugio de Vida Silvestre Chocoyero	C\$ 180.00	C\$ 80.00	C\$ 270.00	C\$ 120.00	C\$ 360.00	C\$ 160.00
Actividades:							
Avistamiento de Aves	Chocoyero	C\$ 560.60	C\$ 560.60	C\$ 560.60	C\$ 560.60	C\$ 560.60	C\$ 560.60
<b>Costo netos de los Servicios</b>		C\$ 740.60	C\$ 640.60	C\$ 830.60	C\$ 680.60	C\$ 920.60	C\$ 720.60
Mark up	18%	C\$ 130.69	C\$ 135.66	C\$ 146.58	C\$ 120.11	C\$ 162.46	C\$ 127.16
Precio de Venta al Público		C\$ 871.29	C\$ 776.26	C\$ 977.18	C\$ 800.71	C\$ 1,083.06	C\$ 847.76



**Tabla N° 78: Gastos operativos del Tour "Con Aroma a Piña"**

Montibelli				
Detalle de los servicios	Prestatario de servicios	Tarifa por 2 personas	Tarifa por 3 personas	Tarifa por 4 personas
Comida: 1 Almuerzo	Montibelli	\$ 20.00	\$ 30.00	\$ 40.00
Actividades:				
Circuito Turístico Montibelli	Finca La Jícara	\$ 50.00	\$ 75.00	\$ 100.00
	Finca Los Pérez			
	Finca El Edén			
	Palestina			
Avistamiento de Aves	Montibelli	\$ 23.00	\$ 34.50	\$ 46.00
<b>Costo netos de los Servicios</b>		\$ 93.00	\$ 139.50	\$ 186.00
Mark up	18%	\$ 16.41	\$ 24.62	\$ 32.82
Precio de Venta al Público		\$ 109.41	\$ 164.12	\$ 218.82
Precio en córdobas según tasa de cambio		C\$ 3,066.81	C\$ 4,600.22	C\$ 6,133.62

**Tabla N° 79: Gastos operativos del Tour/ Half Day "Ticuantepe Tierra de Aventuras por Vivir..."**

Cerro El Ventarrón				
Detalle de los servicios	Prestatario de servicios	Tarifa por 2 personas	Tarifa por 3 personas	Tarifa por 4 personas
Guía	Local	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
Comidas:				
1 Almuerzo	Restaurante Vista El Ángel	\$ 20.00	\$ 30.00	\$ 40.00
Actividades	Visita al museo	\$ 2.00	\$ 3.00	\$ 4.00
<b>Costo Neto de los Servicios</b>		\$ 32.00	\$ 43.00	\$ 54.00
Mark Up	18%	\$ 5.65	\$ 7.59	\$ 9.53
Precio de Venta al Público		\$ 37.65	\$ 50.59	\$ 63.53
Precio en córdobas según tasa de cambio		C\$ 1,055.25	C\$ 1,417.99	C\$ 1,780.73

## 5.2. Costos de Operación

Una vez obtenidos estos datos se calculan los costos operacionales, es decir, el capital que se invierte para la realización de los tours. En la siguiente tabla se aprecia los costos de los 4 tour que se han elaborado en esta estrategia. Para conocer estos datos se multiplico los costos netos de los servicios por el número de los tour que se proyectan vender mensualmente dependiendo de la temporada sea alta o baja.

Cabe mencionar, que los costos se han diferenciado entre los nacionales y extranjeros debido a la diferenciación de precios en las entradas al Refugio de Vida Silvestre Chocoyero-El Brujo.

Como resultado de estos datos se obtiene que los costos operacionales al cabo de un año de acuerdo a las proyecciones de ventas reflejan que el capital invertido es de C\$1, 204,267.58, (Un millón, Doscientos cuatro mil, Doscientos sesenta y siete Córdobas con cincuenta y ocho centavos) incluyendo tanto los tour para nacionales como para extranjeros.

	Temporadas altas
	Temporadas bajas



Tabla N° 80: Costo de Operación de los tours para nacionales

Concepto	Unidad de medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Tour Ticuantepe	Unidad	6	3	3	6	3	6	6	3	3	3	6	6
	Córdobas	C\$ 4,064.35	C\$ 4,064.35	C\$ 4,064.35	C\$ 4,064.35	C\$ 4,064.35	C\$ 4,064.35	C\$ 4,064.35	C\$ 4,064.35	C\$ 4,064.35	C\$ 4,064.35	C\$ 4,064.35	C\$ 4,064.35
		<b>C\$ 24,386.10</b>	<b>C\$ 12,193.05</b>	<b>C\$ 12,193.05</b>	<b>C\$ 24,386.10</b>	<b>C\$ 12,193.05</b>	<b>C\$ 24,386.10</b>	<b>C\$ 24,386.10</b>	<b>C\$ 12,193.05</b>	<b>C\$ 12,193.05</b>	<b>C\$ 12,193.05</b>	<b>C\$ 24,386.10</b>	<b>C\$ 24,386.10</b>
Tour Chocoyero	Unidad	35	25	25	35	25	35	35	25	25	25	35	35
	Córdobas	C\$ 640.60	C\$ 640.60	C\$ 640.60	C\$ 640.60	C\$ 640.60	C\$ 640.60	C\$ 640.60	C\$ 640.60	C\$ 640.60	C\$ 640.60	C\$ 640.60	C\$ 640.60
		<b>C\$ 22,421.00</b>	<b>C\$ 16,015.00</b>	<b>C\$ 16,015.00</b>	<b>C\$ 22,421.00</b>	<b>C\$ 16,015.00</b>	<b>C\$ 22,421.00</b>	<b>C\$ 22,421.00</b>	<b>C\$ 16,015.00</b>	<b>C\$ 16,015.00</b>	<b>C\$ 16,015.00</b>	<b>C\$ 22,421.00</b>	<b>C\$ 22,421.00</b>
Tour Full Day Montibelli	Unidad	10	5	5	10	5	10	10	5	5	5	10	10
	Córdobas	C\$ 2,606.79	C\$ 2,606.79	C\$ 2,606.79	C\$ 2,606.79	C\$ 2,606.79	C\$ 2,606.79	C\$ 2,606.79	C\$ 2,606.79	C\$ 2,606.79	C\$ 2,606.79	C\$ 2,606.79	C\$ 2,606.79



Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L

		C\$ 26,067.90	C\$ 13,033.95	C\$ 13,033.95	C\$ 26,067.90	C\$ 13,033.95	C\$ 26,067.90	C\$ 26,067.90	C\$ 13,033.95	C\$ 13,033.95	C\$ 13,033.95	C\$ 26,067.90	C\$ 26,067.90
Tour Half Day	Unidad	20	12	12	20	12	20	20	12	12	12	20	20
	Córdobas	C\$ 1,205.29	C\$ 1,205.29	C\$ 1,205.29	C\$ 1,205.29	C\$ 1,205.29	C\$ 1,205.29	C\$ 1,205.29	C\$ 1,205.29	C\$ 1,205.29	C\$ 1,205.29	C\$ 1,205.29	C\$ 1,205.29
		C\$ 24,105.80	C\$ 14,463.48	C\$ 14,463.48	C\$ 24,105.80	C\$ 14,463.48	C\$ 24,105.80	C\$ 24,105.80	C\$ 14,463.48	C\$ 14,463.48	C\$ 14,463.48	C\$ 24,105.80	C\$ 24,105.80
Costos totales		C\$ 96,980.80	C\$ 55,705.48	C\$ 55,705.48	C\$ 96,980.80	C\$ 55,705.48	C\$ 96,980.80	C\$ 96,980.80	C\$ 55,705.48	C\$ 55,705.48	C\$ 55,705.48	C\$ 96,980.80	C\$ 96,980.80



Tabla N° 81: Costo de Operación de los tours para Extranjeros

Concepto	Unidad de medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Tour Ticuantepe	Unidad	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4
	Córdobas	C\$ 4,215.71	C\$ 4,215.71	C\$ 4,215.71	C\$ 4,215.71	C\$ 4,215.71	C\$ 4,215.71	C\$ 4,215.71	C\$ 4,215.71	C\$ 4,215.71	C\$ 4,215.71	C\$ 4,215.71	C\$ 4,215.71
		<b>C\$ 16,862.85</b>	<b>C\$ 12,647.14</b>	<b>C\$ 12,647.14</b>	<b>C\$ 16,862.85</b>	<b>C\$ 12,647.14</b>	<b>C\$ 16,862.85</b>	<b>C\$ 16,862.85</b>	<b>C\$ 12,647.14</b>	<b>C\$ 12,647.14</b>	<b>C\$ 12,647.14</b>	<b>C\$ 16,862.85</b>	<b>C\$ 16,862.85</b>
Tour Chocoyero	Unidad	15	10	10	15	10	15	15	10	10	10	15	15
	Córdobas	C\$ 740.60	C\$ 740.60	C\$ 740.60	C\$ 740.60	C\$ 740.60	C\$ 740.60	C\$ 740.60	C\$ 740.60	C\$ 740.60	C\$ 740.60	C\$ 740.60	C\$ 740.60
		<b>C\$ 11,109.00</b>	<b>C\$ 7,406.00</b>	<b>C\$ 7,406.00</b>	<b>C\$ 11,109.00</b>	<b>C\$ 7,406.00</b>	<b>C\$ 11,109.00</b>	<b>C\$ 11,109.00</b>	<b>C\$ 7,406.00</b>	<b>C\$ 7,406.00</b>	<b>C\$ 7,406.00</b>	<b>C\$ 11,109.00</b>	<b>C\$ 11,109.00</b>
Costos totales		C\$ 27,971.85	C\$ 20,053.14	C\$ 20,053.14	C\$ 27,971.85	C\$ 20,053.14	C\$ 27,971.85	C\$ 27,971.85	C\$ 20,053.14	C\$ 20,053.14	C\$ 20,053.14	C\$ 27,971.85	C\$ 27,971.85
Costos operativos totales		<b>C\$ 124,952.65</b>	<b>C\$ 75,758.62</b>	<b>C\$ 75,758.62</b>	<b>C\$ 124,952.65</b>	<b>C\$ 75,758.62</b>	<b>C\$ 124,952.65</b>	<b>C\$ 124,952.65</b>	<b>C\$ 75,758.62</b>	<b>C\$ 75,758.62</b>	<b>C\$ 75,758.62</b>	<b>C\$ 124,952.65</b>	<b>C\$ 124,952.65</b>



### **Costo de Producción de las camisetas**

Con la idea de dinamizar la economía para los miembros de la cooperativa, se proyecta vender 20 camisetas mensualmente, las que tiene una doble función; primero generar un ingreso extra para la cooperativa y en segundo lugar darle publicidad al municipio a través de diseños personalizados y creativos.

En la siguiente tabla se expresa el capital a invertir en la elaboración de las camisetas y el margen de utilidad del 35% por unidad.

<b>Concepto</b>	<b>Córdobas</b>
Mano de obra	30
Materia Prima	85
Costo de Producción total	115
Utilidad 35%	40.25
<b>Precio de venta por camisa</b>	<b>155.25</b>

### **Costo de administración**

Con el fin de tener un mejor control y manejo de la cooperativa se hace la contratación de un contador horario, el cual tendrá la función de llevar la contabilidad de la cooperativa al día y se la asignará un salario de C\$2,000 por cada auditoria mensual.

Una vez obtenidos los datos anteriores, se calcula el costo de inversión en el periodo de un año, en el cual demuestra que la inversión total de la cooperativa es de C\$ 1, 339,404.00 (Un millón, Trescientos treinta y nueve mil, Cuatrocientos cuatro córdobas).

Tabla N° 83: Costo de inversión

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Gastos de constitución	C\$ 2,500.00	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Costos de ventas	C\$ 5,821.54	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00	C\$ 5,821.54	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00	C\$ 5,821.54	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00
Costos de operación	C\$ 124,952.65	C\$ 75,758.62	C\$ 75,758.62	C\$ 124,952.65	C\$ 75,758.62	C\$ 124,952.65	C\$ 124,952.65	C\$ 75,758.62	C\$ 75,758.62	C\$ 75,758.62	C\$ 124,952.65	C\$ 124,952.65
Costo de producción de camisetas	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00
Costo de Administración	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00
Uniformes	C\$ 4,060.80	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Papelería	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00
Equipo de computo	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00
Mobiliario y oficina	C\$ 12,000.00	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
<b>Total costo inversión</b>	<b>C\$ 154,168.99</b>	<b>C\$ 85,159.62</b>	<b>C\$ 85,159.62</b>	<b>C\$ 134,353.65</b>	<b>C\$ 86,414.16</b>	<b>C\$ 134,353.65</b>	<b>C\$ 134,353.65</b>	<b>C\$ 85,159.62</b>	<b>C\$ 86,414.16</b>	<b>C\$ 85,159.62</b>	<b>C\$ 134,353.65</b>	<b>C\$ 134,353.65</b>





### 5.3. Cuantificación de los Beneficios por Actividad

En este acápite es donde se identifican las ventajas e inconvenientes que inciden en la realización de la estrategia de desarrollo para la cooperativa, por lo tanto, es importante iniciar evaluando la realidad actual de esta.

Desde el inicio de la COTCOTINAT R.L los socios de la misma comenzaron dando un aporte monetario, el cual fue utilizado para los traspases de constitución y legalización de la cooperativa, dejando la caja chica en cero.

Así mismo la cooperativa no registra financiamiento alguno para invertir y comenzar a operar en el mercado turístico, por tal razón, se plantea hacer un préstamo bancario con el cual se puedan llevar a cabo todas las actividades proyectadas para la dinamización de la cooperativa.

Este préstamo se pretende realizar a una de las financieras que apoyan proyectos de las pequeñas empresas turísticas (MIPYME), dependiendo de la rentabilidad del mismo. El capital a solicitar es de \$ 5, 412 correspondiente al costo de inversión para desarrollar las actividades estipuladas en esta estrategia.

Nota: Ver detalles en Anexos: "Préstamo".

A continuación se presenta el presupuesto general de la empresa en donde refleja los movimientos en el plazo de un año de la cooperativa, tanto los ingresos como los egresos demostrando la utilidad obtenida.

Tabla N° 84: Presupuesto de la COTCOTINAT

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>Ingresos</b>												
Caja	C\$ 2,500.00	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Banco	C\$ 151,698.36	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Sub total	<b>C\$ 154,198.36</b>											
Ventas	C\$ 143,572.63	C\$ 87,166.61	C\$ 87,166.61	C\$ 143,572.63	C\$ 87,166.61	C\$ 143,572.63	C\$ 143,572.63	C\$ 87,166.61	C\$ 87,166.61	C\$ 87,166.61	C\$ 143,572.63	C\$ 143,572.63
Venta de Camisetas	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00
<b>Total ingresos</b>	<b>C\$ 146,677.63</b>	<b>C\$ 90,271.61</b>	<b>C\$ 90,271.61</b>	<b>C\$ 146,677.63</b>	<b>C\$ 90,271.61</b>	<b>C\$ 146,677.63</b>	<b>C\$ 146,677.63</b>	<b>C\$ 90,271.61</b>	<b>C\$ 90,271.61</b>	<b>C\$ 90,271.61</b>	<b>C\$ 146,677.63</b>	<b>C\$ 146,677.63</b>
<b>Egresos</b>												
Gastos de constitución	C\$ 2,500.00	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Costos de ventas	C\$ 5,821.54	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00	C\$ 5,821.54	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00	C\$ 5,821.54	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00	C\$ 4,567.00
Costos de producción de camisetas	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00	C\$ 2,300.00

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L

Costos de operación	C\$ 124,952.65	C\$ 75,758.62	C\$ 75,758.62	C\$ 124,952.65	C\$ 75,758.62	C\$ 124,952.65	C\$ 124,952.65	C\$ 75,758.62	C\$ 75,758.62	C\$ 75,758.62	C\$ 124,952.65	C\$ 124,952.65
Costo de Administración	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00
Uniformes	C\$ 4,060.80	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Papelería	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00
Equipo de computo	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 234.00	
Préstamo	C\$ -	C\$ 3,771.16	C\$ 3,771.16	C\$ 3,771.16	C\$ 3,771.16	C\$ 3,771.16	C\$ 3,771.16	C\$ 3,771.16	C\$ 3,771.16	C\$ 3,771.16	C\$ 3,771.16	C\$ 3,771.16
<b>Total egresos</b>	<b>C\$ 142,168.99</b>	<b>C\$ 88,930.77</b>	<b>C\$ 88,930.77</b>	<b>C\$ 138,124.80</b>	<b>C\$ 90,185.31</b>	<b>C\$ 138,124.80</b>	<b>C\$ 138,124.80</b>	<b>C\$ 88,930.77</b>	<b>C\$ 90,185.31</b>	<b>C\$ 88,930.77</b>	<b>C\$ 138,124.80</b>	<b>C\$ 137,890.80</b>
<b>Utilidad</b>	C\$ 12,029.37	C\$ 57,746.86	C\$ 1,340.84	<b>-C\$47,853.20</b>	C\$ 56,492.32	<b>-C\$47,853.20</b>	C\$ 8,552.83	C\$ 57,746.86	C\$ 86.30	C\$ 1,340.84	<b>-C\$47,853.20</b>	C\$ 8,786.83



#### 5.4. Margen de Utilidad

Para conocer el margen de utilidad, primero se tuvo que calcular las proyecciones de ventas esperadas en el lapso de un año. Las ventas mensuales dependen de la temporada del año que se encuentre, los meses de temporadas altas se consideran que son: enero, abril, junio, julio, noviembre y diciembre; caso contrario con los meses de febrero, marzo, mayo, agosto, septiembre y octubre; estos datos son apoyados en los registros de la afluencia turística de la Reserva Privada Chocoyero – El Brujo.

Para cada mes se establecen metas a alcanzar en las ventas de tours. En el caso del Tour Ticuantepe se proyectan vender 6 tour para nacionales y 4 para extranjeros, dando un total de 10 tours en temporada alta. Así mismo, en temporada baja se proyecta la venta de 6 tours, distribuidos en 3 nacionales y extranjeros.

Refiriéndose al Tour del Chocoyero las metas son obtener 50 ventas, 35 de estos para nacionales y 15 para extranjeros en temporadas altas, de igual manera, se esperan vender 35 tour de los cuales 25 son para nacionales y 10 para extranjeros en temporadas bajas.

También se establecen metas para el Tour Full Day Montibelli, en el cual se proyecta la venta de 10 tour en temporadas altas y 5 en temporadas bajas.

De igual forma se proyectan vender 20 Tour de Half Day Ventarrón en temporadas altas y 10 tour en temporadas bajas.

Es importante mencionar que estas proyecciones podrían variar dependiendo de la gestión de ventas que los mismos tengan, ya que podrían disminuir o aumentar de la misma forma que la utilidad.

Cabe destacar que otro ingreso es la venta de camisetas, de los cuales se esperan vender un mínimo de 20 unidades mensualmente.

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L.

Una vez explicado esto, se presentan las siguientes tablas, las que reflejan los detalles de las ventas y que al mismo tiempo, expresan que los ingresos obtenidos al cabo de un año es de C\$1,421,695.45, de los cuales restando los egresos da como resultado C\$60,563.45 de utilidad total.

Además, es importante hacer énfasis en la cantidad neta de utilidad, ya que en el primer año es baja debido a que es en este donde se obtiene la recuperación del monto invertido para hacer funcionar las actividades de esta organización. Sin embargo para los próximos años se pretende que las ventas incrementen y por ende su utilidad.

Otro punto a destacar es el tema de distribución de ganancias ya que estas se registrarán de acuerdo al reglamento dentro del estatuto. Estas serán repartidas entre los socios que estén activos en la cooperativa según las actividades que estos desempeñen durante el periodo en que se generen.





**Tabla N° 85: Proyecciones de Ventas de Tour para Nacionales**

Concepto	Unidad de medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Tour Ticuantepe	Unidad	6	3	3	6	3	6	6	3	3	3	6	6
	Córdobas	C\$ 5,080.44	C\$ 5,080.44	C\$ 5,080.44	C\$ 5,080.44	C\$ 5,080.44	C\$ 5,080.44	C\$ 5,080.44	C\$ 5,080.44	C\$ 5,080.44	C\$ 5,080.44	C\$ 5,080.44	C\$ 5,080.44
		<b>C\$ 30,482.63</b>	<b>C\$ 15,241.31</b>	<b>C\$ 15,241.31</b>	<b>C\$ 30,482.63</b>	<b>C\$ 15,241.31</b>	<b>C\$ 30,482.63</b>	<b>C\$ 30,482.63</b>	<b>C\$ 15,241.31</b>	<b>C\$ 15,241.31</b>	<b>C\$ 15,241.31</b>	<b>C\$ 30,482.63</b>	<b>C\$ 30,482.63</b>
Tour Chocoyero	Unidad	35	25	25	35	25	35	35	25	25	25	35	35
	Córdobas	C\$ 776.26	C\$ 776.26	C\$ 776.26	C\$ 776.26	C\$ 776.26	C\$ 776.26	C\$ 776.26	C\$ 776.26	C\$ 776.26	C\$ 776.26	C\$ 776.26	C\$ 776.26
		<b>C\$ 27,168.98</b>	<b>C\$ 19,406.41</b>	<b>C\$ 19,406.41</b>	<b>C\$ 27,168.98</b>	<b>C\$ 19,406.41</b>	<b>C\$ 27,168.98</b>	<b>C\$ 27,168.98</b>	<b>C\$ 19,406.41</b>	<b>C\$ 19,406.41</b>	<b>C\$ 19,406.41</b>	<b>C\$ 27,168.98</b>	<b>C\$ 27,168.98</b>
Tour Full Day Montibelli	Unidad	10	5	5	10	5	10	10	5	5	5	10	10
	Córdobas	C\$ 3,066.81	C\$ 3,066.81	C\$ 3,066.81	C\$ 3,066.81	C\$ 3,066.81	C\$ 3,066.81	C\$ 3,066.81	C\$ 3,066.81	C\$ 3,066.81	C\$ 3,066.81	C\$ 3,066.81	C\$ 3,066.81
		<b>C\$ 30,668.12</b>	<b>C\$ 15,334.06</b>	<b>C\$ 15,334.06</b>	<b>C\$ 30,668.12</b>	<b>C\$ 15,334.06</b>	<b>C\$ 30,668.12</b>	<b>C\$ 30,668.12</b>	<b>C\$ 15,334.06</b>	<b>C\$ 15,334.06</b>	<b>C\$ 15,334.06</b>	<b>C\$ 30,668.12</b>	<b>C\$ 30,668.12</b>
Tour Half Day	Unidad	20	12	12	20	12	20	20	12	12	12	20	20
	Córdobas	C\$ 1,055.25	C\$ 1,055.25	C\$ 1,055.25	C\$ 1,055.25	C\$ 1,055.25	C\$ 1,055.25	C\$ 1,055.25	C\$ 1,055.25	C\$ 1,055.25	C\$ 1,055.25	C\$ 1,055.25	C\$ 1,055.25
		<b>C\$ 21,104.94</b>	<b>C\$ 12,662.96</b>	<b>C\$ 12,662.96</b>	<b>C\$ 21,104.94</b>	<b>C\$ 12,662.96</b>	<b>C\$ 21,104.94</b>	<b>C\$ 21,104.94</b>	<b>C\$ 12,662.96</b>	<b>C\$ 12,662.96</b>	<b>C\$ 12,662.96</b>	<b>C\$ 21,104.94</b>	<b>C\$ 21,104.94</b>



Ingresos totales	C\$109,424.66	C\$ 62,644.75	C\$ 62,644.75	C\$ 109,424.66	C\$ 62,644.75	C\$ 109,424.66	C\$ 109,424.66	C\$ 62,644.75	C\$ 62,644.75	C\$ 62,644.75	C\$ 62,644.75	C\$ 109,424.66	C\$ 109,424.66
------------------	---------------	---------------	---------------	----------------	---------------	----------------	----------------	---------------	---------------	---------------	---------------	----------------	----------------

**Tabla N° 86: Proyecciones de Ventas de Tour para Extranjero**

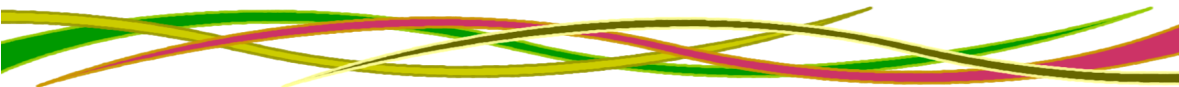
Concepto	Unidad de medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Tour Ticuantepe	Unidad	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4
	Córdobas	C\$ 5,269.64	C\$ 5,269.64	C\$ 5,269.64	C\$ 5,269.64	C\$ 5,269.64	C\$ 5,269.64	C\$ 5,269.64	C\$ 5,269.64	C\$ 5,269.64	C\$ 5,269.64	C\$ 5,269.64	C\$ 5,269.64
		<b>C\$ 21,078.56</b>	<b>C\$ 15,808.92</b>	<b>C\$ 15,808.92</b>	<b>C\$ 21,078.56</b>	<b>C\$ 15,808.92</b>	<b>C\$ 21,078.56</b>	<b>C\$ 21,078.56</b>	<b>C\$ 15,808.92</b>	<b>C\$ 15,808.92</b>	<b>C\$ 15,808.92</b>	<b>C\$ 15,808.92</b>	<b>C\$ 21,078.56</b>
Tour Chocoyero	Unidad	15	10	10	15	10	15	15	10	10	10	15	15
	Córdobas	C\$ 871.29	C\$ 871.29	C\$ 871.29	C\$ 871.29	C\$ 871.29	C\$ 871.29	C\$ 871.29	C\$ 871.29	C\$ 871.29	C\$ 871.29	C\$ 871.29	C\$ 871.29
		<b>C\$ 13,069.41</b>	<b>C\$ 8,712.94</b>	<b>C\$ 8,712.94</b>	<b>C\$ 13,069.41</b>	<b>C\$ 8,712.94</b>	<b>C\$ 13,069.41</b>	<b>C\$ 13,069.41</b>	<b>C\$ 8,712.94</b>	<b>C\$ 8,712.94</b>	<b>C\$ 8,712.94</b>	<b>C\$ 13,069.41</b>	<b>C\$ 13,069.41</b>
Ingresos totales	C\$ 34,147.97	C\$ 24,521.86	C\$ 24,521.86	C\$ 34,147.97	C\$ 24,521.86	C\$ 34,147.97	C\$ 34,147.97	C\$ 24,521.86	C\$ 24,521.86	C\$ 24,521.86	C\$ 24,521.86	C\$ 34,147.97	C\$ 34,147.97
Ingresos totales por venta de tour	C\$143,572.63	C\$ 87,166.61	C\$ 87,166.61	C\$ 143,572.63	C\$ 87,166.61	C\$ 143,572.63	C\$ 143,572.63	C\$ 87,166.61	C\$ 87,166.61	C\$ 87,166.61	C\$ 87,166.61	C\$ 143,572.63	C\$ 143,572.63



**Tabla N° 87: Proyecciones de Ventas de camisetas**

Concepto	Unidad de medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Venta de Camisa	Unidad	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
	Córdoba	C\$ 155.25	C\$ 155.25	C\$ 155.25	C\$ 155.25	C\$ 155.25	C\$ 155.25	C\$ 155.25	C\$ 155.25	C\$ 155.25	C\$ 155.25	C\$ 155.25	C\$ 155.25
	Total por mes	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00	C\$ 3,105.00
Ingresos totales por venta de camisetas													C\$ 37,260.00

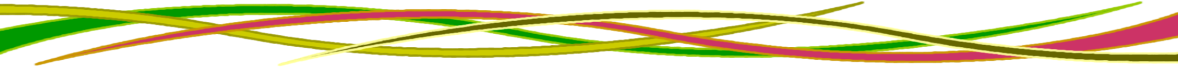




## VII. Conclusiones

- La COTCOTINAT R.L es una iniciativa de turismo comunitario con potencial dentro del municipio para el desarrollo de actividades entorno al turismo.
- Los socios y socias de la cooperativa se encuentran dispuestos a implementar las estrategias encaminadas al desarrollo de la cooperativa, proporcionadas dentro de esta propuesta.
- La elaboración de esta estrategia es una herramienta de gran ayuda para la cooperativa de Turismo Comunitario, ya que permitirá el funcionamiento de forma eficaz, eficiente y sostenible de la misma.
- La Estrategia de Desarrollo a través del Plan de Negocio como propuesta, es una carta de presentación para futuros financiamientos e inversiones.
- Esta entidad a pesar de estar constituida legalmente y estructurada internamente, aún se encuentra en un proceso de desarrollo respecto a la planificación del turismo y por ende en la proyección de acciones para la dinamización de la misma.
- Los elementos internos de la cooperativa permitirán minimizar las limitantes que pueda presentar a nivel externo durante la puesta en marcha de sus actividades.
- El Municipio de Ticuantepé dispone de una oferta turística consolidada a partir del potencial en los recursos existentes, los cuales son aprovechados por la Cooperativa para hacer posible el desarrollo de sus actividades.
- Los paquetes y tour tienen costos accesibles, además que están dirigidos a un público variado que va desde niños, estudiantes, turistas nacionales y extranjeros.
- La creación del plan de marketing ha permitido crear objetivos, estrategias y acciones para la comercialización de los productos y servicios potenciales de la cooperativa los cuales serán dirigidos a diferentes centros educativos

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L



y empresas turísticas.

- ❧ La cooperativa es una herramienta condicional de promoción e incentivación para el desarrollo del turismo dentro del municipio porque a través de ella se pretende potencializar los recursos existentes.
- ❧ El análisis económico permitirá que la cooperativa comience a operar en la industria turística de forma organizada logrando descifrar los costos y beneficios de la iniciativa.
- ❧ El Plan de Negocios se considera que es rentable puesto que en el primer año se obtiene un saldo positivo de C\$ 60,563.45 tomando en cuenta que es su primer año de operación.





## VIII. Recomendaciones

- 🌱 Organizar los cargos y funciones de los asociados según su capacidad y responsabilidad.
- 🌱 Plantearse metas y objetivos en periodos de tiempo corto y mediano plazo, realistas para su cumplimiento.
- 🌱 Seguir aprovechando el apoyo brindado por parte del INTUR y la Ruta Colonial y de los Volcanes.
- 🌱 Utilizar los recursos con potencial turístico que posee el municipio de Ticuantepe, a través de paquetes innovadores y dinámicos.
- 🌱 Dirigirse a organizaciones gubernamentales y no gubernamentales con el fin de obtener financiamiento para la realización del plan de marketing.
- 🌱 Aprovechar la participación de la cooperativa en las ferias turísticas para ofrecer los productos turísticos diseñados en el Plan.
- 🌱 Vender sus paquetes turísticos directamente a tour operadoras mayoristas o dirigirse a grupos grandes para obtener más utilidad.
- 🌱 Realizar visitas constantes en colegios públicos y privados para comercializar su paquete largo de Naturaleza, Historia y Algo más... y así mantener su mercado.
- 🌱 Trabajar con paquetes a la medida.
- 🌱 Motivarse entre asociados para fructificar el trabajo de la creación de la COTCOTINAT R.L.
- 🌱 Realizar pequeños proyectos de inversión para obtener ganancias a corto plazo como venta de camisetas y de esta manera cumplir con los aranceles establecidos por parte de la DGI y otros gastos.
- 🌱 Establecer alianzas con los proveedores para abaratar costos y nivelar los precios de los paquetes y tours en relación a su competencia.
- 🌱 El 50% de las ganancias anuales puede ser utilizado para futuras inversiones, por ejemplo la compra de un vehículo para el traslado de turistas, y el otro 50% puede ser distribuidos entre los asociados activos.
- 🌱 Establecer alianzas con agencias de viajes internacionales para la venta de

los productos y servicios como tour operadora local.

## IX. Referencias Bibliográficas

- 🌿 Philip Kotler y Gary Armstrong (2003). Fundamentos de Marketing. (6ta Edición) México. Litográfica INGRAMEX, S.A.
- 🌿 José María Sainz de Vicuña Ancín (2011). El Plan de Marketing en la Práctica. (16ª edición). Madrid España. RSIC Editorial.
- 🌿 JafarJafari (2000). Enciclopedia del Turismo. Editorial Síntesis, S. A. Depósito Legal: M. 7.678-1998 (6ta reimpresión). Madrid, España.
- 🌿 Formación Profesional y Turismo Sostenible (2011). Guía del Alumnado, de la edición, universidad Carlos III de Madrid, España.
- 🌿 Instituto Nicaragüense de Turismo (2013). Guía de Planificación Turística Municipal.
- 🌿 Instituto Nicaragüense de Turismo, Plan de Negocios Fincas Agro turísticas.
- 🌿 Cooperativa de Servicios Profesionales de Consultorías y Asesorías para la Formación y el Desarrollo Integral Empresarial (COOSEPROCADIE, TEXOXEL R.L) (2015), Capacitación sobre Filosofía, Legislación y Administración Cooperativa.
- 🌿 Instituto Politécnico Nacional de México. (2006) Guía para Elaborar un Plan de Negocios.

### a. Web-grafía

- 🌿 Briceño, M.T. y Hoyos, O. (2002) Diccionario técnico contable. Recuperado el 29 de septiembre de 2015, de: <https://es.scribd.com/doc/51841518/103/COSTO-INCURRIDO>
- 🌿 Andrade (1995), Valores organizacionales. Recuperado el 29 de Septiembre de 2015 de:

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/301/valores%20organizacionales.htmv>

- 🌱 Costos de Inversión. Recuperado el 29 de Septiembre de 2015 de: <http://www.solocontabilidad.com/costos/concepto-de-costo#sthash.Nm8VEwg4.dpuf>
- 🌱 Estructura organizativa. Recuperado el 29 de Septiembre de: <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/estructura/estructura-organizacional/vision-general/principal>
- 🌱 Kokemuller, N. (2015) Pequeña y mediana empresa. Recuperado el 29 de septiembre de 2015, de <http://pyme.lavoztx.com/qu-significa-el-trmino-margen-de-utilidad-12608.html>
- 🌱 Quiroga. R. (2005) Cuantificación de los beneficios económicos y determinación de los costos ambientales asociados a la implementación del sistema de gestión ambiental en la empresa aga fano s.a. regional Bogotá. Recuperado el 29 de septiembre de 2015, de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/14718/00798140.pdf?sequence=1>
- 🌱 Pérez, D. y Pérez, I. (2006). El precio. Tipos y estrategias de fijación. Recuperado el 29 de septiembre de 2015, de [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:45110/componente45108.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45110/componente45108.pdf).
- 🌱 Muñiz. R. (2010). Marketing en el siglo XXI. Recuperado el 17 de diciembre de 2015, de <http://www.marketing-xxi.com/etapas-del-plan-de-marketing-136.htm>.
- 🌱 Koch. J. (2006). Manual del Empresario Exitoso. Recuperado el 17 de diciembre del 2015, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/210/1f.htm>.

X. Anexos  
a. Galería Fotográfica



Imagen N° 81: Socios de la Cooperativa en capacitación sobre la creación de las líneas estratégicas.



Imagen N° 82: Marbeli Valle recibiendo diploma por haber cursado 40 horas de cooperativismo



Imagen N° 83: Grupo Monográfico en compañía del Sr. Pablo Valle quién es recepcionista del Chocoyero





Imagen N° 84: Socios de la Cooperativa en el debate del Grupo Focal



Imagen N° 85: Vice alcalde de Ticuantepe Sr. Juan Reyes y grupo de investigadoras





Imagen No 86: Autoras del Trabajo en compañía de algunos socios de la COTCOTINAT R.L



Imagen No 87: Visita de Campo a Montibelli

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L



Imagen No 88: Visita al Mirador Vista del Ángel

**b. Instrumentos**

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN-Managua**

**Recinto Universitario Rubén Darío**

**Facultad de Educación e Idiomas**

**Departamento de Francés**

**Carrera Turismo Sostenible**



**Guía de entrevista**

**Socios y socias de la COTCOTINAT R.L**

**Municipio de Ticuan-tepe**

**Objetivo:**

Recopilar información precisa para elaborar una Estrategia de Desarrollo Turístico de la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuan-tepe Natural Travel" R.L.

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Cargo en la cooperativa: \_\_\_\_\_

Contacto: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Lugar de la entrevista: \_\_\_\_\_

Entrevistador: \_\_\_\_\_

**Cuestionario:**

1. ¿Cómo está organizada internamente la Cooperativa?
2. ¿Cuáles son las necesidades puntuales de la Cooperativa?
3. ¿Porque no han continuado trabajando con la Cooperativa?
4. ¿Qué características debe tener el asociado para optar a un cargo?
5. ¿Cuáles son los recursos turísticos con los que cuenta el Municipio?
6. ¿Cuáles de estos recursos están siendo ofertados por la cooperativa?,  
¿Cuáles son los métodos de venta?
7. ¿Cuáles son los productos y servicios turísticos que tienen proyectado vender?
8. ¿A quién van a dirigir su oferta?
9. ¿Se está realizando publicidad para la COTCOTINAT R.L?, ¿A través de qué medios publicitarios?
10. ¿Cuenta la Cooperativa con un Plan Operativo? Si su respuesta es no ¿le gustaría contar con uno? ¿Por qué?
11. ¿Qué tipo de proyectos han ideado poner en marcha?
12. ¿Dispone la cooperativa con recurso económico para ejecutar proyectos?  
En caso de ser negativa la respuesta ¿De qué forma han pensado obtener financiamiento?





**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN-Managua**

**Recinto Universitario Rubén Darío**

**Facultad de Educación e Idiomas**

**Departamento de Francés**

**Carrera Turismo Sostenible**



**Guía de entrevista**

**Gabinete de turismo**

**Municipio de Ticuan-tepe**

**Objetivo:**

Recopilar información precisa para elaborar una Estrategia de Desarrollo Turístico de la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuan-tepe Natural Travel" R.L.

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Cargo en la cooperativa: \_\_\_\_\_

Contacto: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Lugar de la entrevista: \_\_\_\_\_

Entrevistador: \_\_\_\_\_





**Cuestionario:**

1. ¿El municipio de Ticuantepe cuenta con infraestructura y equipamiento necesario para atender a la demanda turística?
2. ¿Existen estudios de demandas turísticas?, ¿Se ha realizado una segmentación de mercado?
3. ¿Cree usted que los recursos humanos están preparados para atender a los turistas, de no ser así, que medidas están tomando?
4. ¿Cuánto ha crecido la actividad turística en los últimos 5 años?
5. ¿Cuáles son los lugares más visitados por los turistas y que otros podrían promoverse para incluirse dentro de los paquetes turísticos?
6. ¿Existen en la localidad organizaciones dedicadas a la promoción y el desarrollo turístico?
7. ¿Qué tipo de eventos organizan (culturales, deportivos o religiosos) para contribuir con la promoción turística del territorio? ¿Cuáles han sido los resultados de su gestión?
8. ¿Participa el sector público y privado en la organización de estos eventos? ¿Contribuye el sector privado local con recursos financieros para su ejecución?
9. ¿Promueven el Turismo Sostenible?, ¿De qué manera?
10. ¿Qué tipos de proyectos se han desarrollado para fortalecer la promoción y comercialización turística en el territorio?
11. ¿Los proyectos han contribuido con el desarrollo turístico del territorio?
12. ¿Se les ha dado seguimiento a estos proyectos?
13. ¿Hay recursos turísticos que forman parte del material promocional a nivel nacional y municipal?
14. ¿Cómo visionan Ticuantepe en los próximos 5 años y que medidas están tomando para realizarlo?
15. ¿Están interesados en apoyar a pequeñas empresas turísticas con gestiones de financiamiento con el fin de diversificar la oferta del

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L



municipio?, ¿Quiénes más pueden apoyar en tema económico al desarrollo de pequeños negocios?

c. Encuestas

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

UNAN-Managua

Recinto Universitario Rubén Darío

Facultad de Educación e Idiomas

Departamento de Francés

Carrera Turismo Sostenible



Encuesta

Turistas Nacionales y Extranjeros

Municipio de Ticuantepe

**Objetivo:**

Recopilar información precisa para conocer la demanda turística del Municipio de Ticuantepe.

Nombre del encuestado: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Lugar de la encuesta: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_ Sexo: F M

Encuestador (a): \_\_\_\_\_

*¡De antemano se le agradece su valioso tiempo!*



**TablaN° 88: Encuesta para los turistas que visitan el Refugio de vida silvestre Chocoyero el Brujo**

Marque con una "x" y/o escriba según su respuesta:

1. ¿Por cuántos días viene o vino al municipio?			
2. ¿Qué medio de transporte utilizó?	Público	Privado	
	Autobús		Automóvil
	Caponera		Micro bus
	Otro Especifique:		
3. ¿Es la primera vez que usted visita el municipio de Ticuantepe?	Si		
	No ¿Cuántas veces?		
3. Motivo por el cual usted visita el municipio de Ticuantepe:	Descanso o placer		
	Diversión		
	Negocios		
	Estudio		
	Cultura		
	Compras		
	Visita a familiares		
	Otros:		
4. ¿Con quién ha venido en su viaje?	Solo		
	En pareja		
	En familia ¿Cuántos miembros?		
	Con amigos ¿Cuántas personas?		
	Viaje organizado ¿Cuántas personas?		
5. ¿Cuál ha sido la razón principal	Historia y cultura		

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L

por qué eligió Ticuantepe como destino de su viaje?	Naturaleza y paisaje	
	Estudio	
	Seguridad respecto a otros destinos	
	Precio económico conveniente	
	Descubrir un nuevo sitio turístico	
	Recomendación	
	Diversidad de actividades	
	Otro: Especifique	
6. ¿Ha organizado el viaje a través de una agencia de viaje?	Sí. ¿Cuál?	
	No, lo he hecho independiente	
8. ¿A través de que medio se dio cuenta de la existencia del municipio?	Publicidad	
	Internet	
	Amistades	
	Agencias de viaje	
	Otros	

**¿Alguna Recomendación de utilidad para el municipio?**



**d. Metodología del Grupo Focal**

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**  
**UNAN-Managua**  
**Recinto Universitario Rubén Darío**  
**Facultad de Educación e Idiomas**  
**Departamento de Francés**  
**Carrera Turismo Sostenible**



**Metodología de Grupo Focal**  
**Socios y socias de la COTCOTINAT R.L**  
**Municipio de Ticuantepe**

**Objetivo:**

Recopilar información precisa para elaboración del FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L.


**Fecha:** \_\_\_\_\_

**Lugar:** \_\_\_\_\_

**Moderador (as):** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Estrategia de Desarrollo Turístico a través de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L



Nombre	Cargo	Contacto	Firma

**Agenda:**

- 🌿 Bienvenida a los Socios y Socias de la Cooperativa de Turismo Comunitario "Ticuantepe Natural Travel" R.L.
- 🌿 Dinámica de presentación de las investigadoras, tutora del trabajo monográfico y asociados de la cooperativa.
- 🌿 Objetivo del Grupo Focal.
- 🌿 Explicación de las variables del análisis FODA.
- 🌿 Selección de grupo a través de la dinámica de elección de colores.
- 🌿 Asignación de trabajo a los equipos (identificación de las Fortalezas y Debilidades como factores internos y Oportunidades y Amenazas como factores externos).
- 🌿 Exposición y debate de los resultados.
- 🌿 Palabras de clausura por parte de las organizadoras.
- 🌿 Refrigerio.

**e. Formato para pago de planilla**

Para calcular los salarios del vendedor y del contador, se tomó en cuenta las prestaciones sociales de acuerdo a la ley, así como se detalla en la siguiente tabla:

Beneficios Sociales de ley.
18.9% INSS Patronal
8.3% Aguinaldo
8.3% Indemnización por despido.
<b>35.6% Total de Beneficios de Ley.</b>

Tabla No 89: Planilla						
			Córdobas	Dólares		
Rol en el proyecto	Salario mensual sin Beneficios de Ley	Beneficios Sociales de Ley	Salario mensual con Beneficios Sociales		Salario + Beneficios al año	Comentarios
Contador horario	C\$ 2,000.0		C\$ 2,000.00	\$ 71.35	\$ 856.23	Costo de administración
			C\$ 2,000.00		\$ 856.23	
Vendedor	C\$ 3,000.0	35.6%	C\$ 4,067.00	\$ 145.09	\$ 1,741.13	Costo de venta
					\$ 1,741.13	

### f. Ejemplo de intereses por préstamo

El préstamo que se sugiere, se proyecta pagar en un plazo de 5 años con el interés del 15%, dicho porcentaje se toma de ejemplo de un préstamo hecho por otra MYPIME, ya que este porcentaje puede variar dependiendo de la financiera con la que se pueda trabajar.

La siguiente formula, es utilizada por los contadores para calcular el pago total del préstamo, incluyendo los intereses dentro del plazo de tiempo estipulado.

$$A = P \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

A= Saldo total del préstamo

i= interés

n= número de años a pagar

P= Préstamo

A continuación, se muestra los detalles del préstamo y cuotas anuales a pagar:

Tabla No 90: Préstamo					
Año	Interés	Pago de fin de año	Pago Principal	Deuda después de pago	Préstamo
0				\$ 5,412.00	5412
1	\$ 811.80	\$ 1,614.48	\$ 802.68	\$ 4,609.32	15%
2	\$ 691.40	\$ 1,614.48	\$ 923.08	\$ 3,686.24	15%
3	\$ 552.94	\$ 1,614.48	\$ 1,061.54	\$ 2,624.69	15%
4	\$ 393.70	\$ 1,614.48	\$ 1,220.78	\$ 1,403.92	15%
5	\$ 210.59	\$ 1,614.48	\$ 1,403.89	\$ 0.03	15%
	\$ 2,660.43	\$ 8,072.40	\$ 5,411.97		

La cuota mensual a pagar es de C\$ 3,771.16.