

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria
FAREM- Estelí
DEPARTAMENTO DE CIENCIA, TECNOLOGIA Y SALUD**



**Seminario de Graduación para optar a la licenciatura en Turismo
Sostenible**

Tema

*“Propuesta de promoción, comercialización y elaboración de un
paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz, durante
el II Semestre 2016”*

Fecha: 05 diciembre 2016.

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria
FAREM- Estelí
DEPARTAMENTO DE CIENCIA, TECNOLOGIA Y SALUD**



Seminario de Graduación

Tema

“Propuesta de promoción, comercialización y elaboración de un paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz, durante el II Semestre 2016”

Autores:

Br. Lira Rivas Engel Adonis.
Br. Rivera Rocha Julio Cesar.
Br. Toruño Pérez Ilse Elizabeth.

Carnet: 1205-4175
Carnet: 1005-3625
Carnet: 1205-3724

Tutor: MSc. Arelis Esmeralda Moreno.

Carta Aval

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA.
UNAN- MANAGUA
FAREM- Estelí.



El suscrito Tutor, por este medio hace constar que el trabajo investigativo de Seminario de Graduación, presentado por los Bachilleres: **Br. Lira Rivas Engel Adonis**, (CARNET No. 12054175) **Br. Rivera Rocha Julio Cesar**, (CARNET No. 10053625) **Br. Toruño Pérez Ilse Elizabeth** (CARNET No. 12053724) con el Título: ***“Propuesta de promoción, comercialización y elaboración de un paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz, durante el II Semestre 2016”***, se encuentra apegado a lo dispuesto en la normativa y reglamento para las Modalidades de Graduación como formas de Culminación de Estudios de Pre Grados correspondiente.

A mi criterio, el trabajo investigativo, fue desarrollado adecuadamente y cumple con los requisitos establecidos para ser defendido ante un tribunal examinador, para optar a su título de Licenciados en Turismo Sostenible.

Se extiende la presente a los doce días del mes de diciembre del año dos mil dieciséis. **“Año de la Madre Tierra”**.

MSc. Arelis Esmeralda Moreno López.
Tutora

Dedicatoria

Esta investigación la dedicamos con cariño y amor a todas aquellas personas que hicieron posible la culminación de este trabajo, a nuestras familias por su apoyo incondicional durante el transcurso de estos cinco años de estudio. A todos y cada uno de los maestros por su acompañamiento, por motivarnos y nunca desistir de enseñarnos a pesar de las circunstancias, a ellos porque nunca perdieron la esperanza en nosotros.

Principalmente dedicamos este trabajo a Dios por habernos permitido terminar esta etapa de nuestra carrera con éxito y sobre todo por permitir tener el honor de llegar a finalizar una etapa más a lo largo de nuestras vidas, el inicio del camino hacia el éxito.

Recordando siempre que: "el final es solo el comienzo".

Agradecimientos

Agradecemos primeramente a Dios por haber permitido que llegáramos hasta el final de nuestra carrera universitaria, a nuestros padres los cuales han sido nuestro soporte, motivación para esforzarnos, ellos que nunca nos cortaron las alas para que pudiéramos volar libremente, explorar, luchar, hacer realidad nuestros sueños y sobre todo para poder alcanzar nuestras metas y objetivos en la vida.

A los habitantes de la comunidad Icalupe quienes nos apoyaron con todo lo necesario para la culminación de este proyecto y sobre todo por la información brindada, la cual nos fue muy útil para el desarrollo del mismo.

Por último y no menos importantes a nuestros maestros por forjarnos y guiarnos cada día hacia el camino del éxito.

Resumen ejecutivo

La presente investigación se llevó a cabo en la Comunidad Icalupe Somoto-Madriz, bajo el nombre: *“Propuesta de promoción, comercialización y elaboración de un paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz, durante el II Semestre 2016”* y responde al objetivo general *“Establecer estrategias de promoción y comercialización turística para la comunidad Icalupe”* consecuente a esto, el desarrollo de los siguientes objetivos específicos:

- Diseñar estrategias de promoción turística a implementarse en la comunidad de Icalupe.
- Elaborar un paquete turístico para la comunidad de Icalupe, Somoto-Madriz.

Para facilitar la comprensión del presente estudio, el documento se ha estructurado de la siguiente manera:

En el capítulo uno se trabaja en el contexto del trabajo investigativo, mencionando las características generales de acuerdo a infraestructura, actividades socio económico y atractivo del municipio de Somoto, incluyendo también información general de la comunidad Icalupe, donde se desarrolló la investigación.

El capítulo dos comprende la fundamentación del marco teórico que describe dos ejes teóricos fundamentales relacionados a la promoción turística de la comunidad Icalupe, dentro del mismo se refleja el proceso metodológico que se utilizó para analizar y plantear los objetivos en base al estudio, así mismo se mencionan las herramientas de recolección de datos, las fases de proceso investigativo,

En el tercer capítulo se desarrollan los resultados finales del trabajo, mediante el planteamiento del objetivo general y los objetivos específicos los cuales fueron la guía y las pautas para desarrollar dicha investigación.

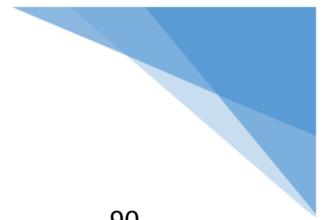
Por lo antes mencionado con la elaboración del presente trabajo se pretende la comercialización turística de la comunidad Icalupe y por ende a la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, conllevando esto al mismo tiempo a la demanda del sitio, mejorando la economía de la misma.

Índice

Introducción.....	12
Antecedentes.....	14
Justificación	15
Planteamiento del problema.....	16
Preguntas problema	17
Pregunta general	17
Preguntas específicas.....	17
Hipótesis.....	18
Objetivos.....	19
Objetivos General:	19
Objetivos Específicos:	19
Capítulo I: Contexto del proyecto	20
1. Caracterización del municipio de Somoto y Comunidad Icalupe.....	20
1.1 Caracterización general del municipio de Somoto.....	20
Límites Municipales de Somoto son:.....	20
1.1.1 Clima	21
1.1.2 Relieve.....	21
1.1.3 Paisaje Natural	21
1.1.4 Cultura.....	22
1.1.5 Costumbres y actividades de la población	22
1.1.6 Áreas patrimoniales.....	24
1.1.7 Breve reseña histórica del municipio de Somoto.....	25
1.1.8 Infraestructura del municipio de Somoto	27
Vialidad	27
Transporte.....	27
1.1.9 Servicios básicos	28
Equipamiento turístico.....	29
1.1.10 Actividades socioeconómicas.....	30
1.1.11 Situación actual del turismo en Somoto.....	31
1.1.12 Principales atractivos turísticos de Somoto.....	32

Museo y Parque Central	32
Talleres de Rosquillas.....	32
1.2 Caracterización de la comunidad Icalupe.....	35
1.2.1 Descripción geográfica de la comunidad de Icalupe, Somoto-Madriz.....	35
1.2.2 Ubicación y límites.....	36
1.2.3 Clima.....	36
1.2.4 Geología.....	36
1.2.5 Uso del suelo.....	37
1.2.6 Actividad económica.....	37
1.2.7 Salud.....	37
1.2.8 Educación.....	38
1.2.9 Infraestructura de la comunidad.....	38
Viabilidad.....	38
Transporte.....	38
1.2.10 Servicios básicos.....	39
Agua.....	39
Energía eléctrica.....	39
Comunicación.....	39
Servicios complementarios.....	39
1.2.11 Paisaje natural.....	39
1.2.13 Mitos y leyendas.....	41
1.2.14 Reseña histórica de la comunidad de Icalupe.....	42
1.2.15 Equipamiento turístico (de que dispone la comunidad para el turismo) ..	42
1.2.16 Atractivos turísticos de Icalupe.....	43
Piedras Pintadas.....	43
Peldaños en roca.....	44
Vestigio de quesera.....	44
Cañón Seco.....	44
Cuevas.....	45
Vestigios de petroglifos y arqueología.....	45
Fincas agro turísticas.....	46
1.2.17 Situación actual del turismo en Icalupe.....	47

1.2.18 Recursos naturales y situación ambiental	47
1.2.20 Recursos humanos.....	48
1.2.21 Atractivos Cercanos de la Zona.....	49
Monumento Nacional Cañón de Somoto.....	49
Catedral y parque central de Somoto	49
Talleres de Rosquillas.....	49
1.3 Potencial turístico de Icalupe	50
1.3.1 Descripción de los petroglifos y pictografías.....	51
1.3.2 Análisis FODA de la Comunidad de Icalupe	52
Capítulo II: Marco teórico	53
2.1 Conceptos Generales	53
2.2 Conceptos y definiciones de Promoción y comercialización turística.....	55
2.3 Conceptos y definiciones de Sostenibilidad Ambiental, Social y Económico .	57
Metodología	66
Universo de estudio.....	66
Localización o área de estudio	66
Técnicas de recolección de datos	67
Encuesta	67
Entrevista	67
Etapas de la investigación.....	67
Etapa exploratoria.....	67
Elaboración de instrumentos y levantamiento de datos	68
Análisis y ordenamiento de datos	68
Análisis de acuerdo a los objetivos	68
Cuadro de operacionalización de objetivos específicos.....	70
Capítulo III: Resultados	71
3.1 Estrategias de promoción y comercialización turística.....	71
3.4 Estrategias de promoción turística a implementarse en la comunidad Icalupe.	76
3.5 Paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz.	79
Paquete Turístico	79
Conclusión	88



Recomendaciones	90
Bibliografía	91
Anexos	92

Índice de tablas

Tabla 1. Tabla de horario de bus hacia Icalupe.....	38
Tabla 2. Cuadro de análisis FODA.....	52
Tabla 3. Cuadro operacional de objetivos específicos.....	70
Figura 1. Mapa de la Ubicación geográfica de Icalupe.....	35
Figura 2. Estrategias de Promoción.....	74
Figura 3. Afluencia de Turistas en Icalupe.....	75



Introducción

El turismo en Centro América es una actividad que ha venido creciendo considerablemente en los últimos cinco años convirtiéndose en uno de los principales rubros económicos, tal es el caso de Nicaragua donde el turismo es una herramienta que ha ido transformando el aspecto económico de muchas ciudades y comunidades del país.

El norte de Nicaragua posee comunidades las cuales cuentan con riqueza histórica, cultural y natural, por lo tanto la actividad turística en la región norte del país, se centra en las zonas naturales que éstas poseen.

Cabe mencionar que los recursos naturales que posee Nicaragua son considerados únicos, potencialmente turísticos, a la vez que se encuentran fortalecidos por su alto nivel de biodiversidad, cultura, gastronomía e historia.

Según las estadísticas del INTUR el primer semestre del 2016 indica que un 70% de los visitantes han llegado para conocer estas comunidades y compartir experiencias con los pobladores, por ello existe un significativo aumento en la afluencia de turistas e ingreso de divisas en comparación con años anteriores, lo que ha generado un amplio acceso a que el turismo se convierta en una fuente de ingresos, creando nuevas estrategias de cambio socio-económicos en las zonas rurales del país.

Actualmente la comunidad de Icalupe cuenta con los recursos necesarios para la realización del turismo rural comunitario, dado que hay familias que han adecuado sus casas para hospedar a las personas que visiten el lugar.



El presente trabajo investigativo titulado: *“Propuesta de promoción, comercialización y elaboración de un paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz, durante el II Semestre 2016”* tiene la finalidad de desarrollar la actividad turística en la comunidad a través de la promoción de sus principales recursos y atractivos turísticos, como lo son el parque ecológico “Piedras Pintadas” y el “Cañón Seco” de Icalupe.

La importancia de dicha investigación radica en el desarrollo sostenible socio económico de los habitantes de la comunidad, aportando también a la conservación de sus recursos naturales, históricos y culturales, los cuales tienen un gran valor tanto para la comunidad como para el país en general. Esto con el objetivo de que los habitantes ya mencionados se vuelvan protagonistas, agentes de cambio y se apropien directamente sus recursos, para que los puedan explotar de manera sostenible, beneficiándose en sí toda la comunidad en general.

Con esta investigación se espera como resultado que en el territorio nicaragüense, la comunidad Icalupe y sus destinos turísticos (Piedras Pintadas y el Cañón Seco) sean reconocidos como punto de referencia turística histórica, cultural y natural de la zona norte de Nicaragua, debido a la viabilidad que tiene la publicidad turística audiovisual para llegar al alcance de las personas de forma electrónica, incluso de forma televisiva.



Antecedentes

Antiguamente el sector público gestionaba la promoción turística de un destino y el sector privado gestionaba exclusivamente la distribución del producto. Con el tiempo los investigadores consideraron que era necesaria la colaboración entre el sector público y el privado para lograr eficientemente un posicionamiento adecuado de un destino turístico en el mercado. Son las llamadas políticas de Proletariado Público-Privado (Gallarza, 2000).

Actualmente la comunidad de Icalupe cuenta con un diagnóstico realizado por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) el cual hace referencia a un proyecto realizado por esta misma entidad el cual llevaba el nombre de: Recuperación del Sitio: Parque Ecológico Municipal Piedras Pintadas y Fortalecimiento del Centro de Interpretación Ambiental de Somoto.

Así mismo da a conocer la riqueza escénica que posee la comunidad Icalupe desde el punto de vista cultural, histórico, tradicional, y natural, además de la importancia que posee dicho sitio para posicionarse como un destino turístico diferente.

Tras una búsqueda minuciosa y registro exhaustiva de documentos para la búsqueda de información necesaria para la realización de la presente investigación, no se encontraron estudios de trabajos de esta índole realizados en la comunidad Icalupe, excepto un diagnóstico de la zona realizado por el INTUR (Instituto Nicaragüense de Turismo) y la alcaldía municipal de Somoto, así mismo un trabajo investigativo realizado por estudiantes de cuarto año de la carrera de Turismo Sostenible titulado: Participación en el proyecto Geo Parque de Río Coco, Madriz Nicaragua en el primer semestre del año 2016.



Justificación

La presente investigación tiene como objetivo principal crear nuevas estrategias que contribuyan a la comercialización o promoción turística de la comunidad de Icalupe a través de la elaboración de un paquete turístico de la zona, acompañado de un video spot publicitario, brochures informativos y una página web que sirva para su debida divulgación a través de las redes sociales incluso por los medios de comunicación particulares.

Cabe mencionar que durante la ejecución de dicho trabajo también se trabajó en la señalización de senderos del área, así mismo se hará uso de las tres R (recicla, reúsa y reutiliza), todo esto con el fin de crear conciencia ambiental tanto en los habitantes de la comunidad como en los visitantes a futuro.

La importancia de esta investigación se basa en la necesidad de mejorar el desarrollo del turismo sostenible en este sitio. Al mismo tiempo que contribuirá a la economía mejorando el nivel de vida de los habitantes, siendo estos los principales beneficiarios, ya que Icalupe es una comunidad que cuenta con todos los recursos naturales y paisajísticos para convertirse en un destino turístico por excelencia en el norte de Nicaragua.

Teniendo como propósito principal promover turísticamente la Comunidad de Icalupe, implementando alternativas de promoción y comercialización turística, contribuyendo así al desarrollo de la actividad turística en la zona y al mismo tiempo al desarrollo económico de esta.

Al final de esta investigación se espera obtener un aumento en la afluencia de turistas a la comunidad, consecuentemente generando un nuevo ingreso económico para los pobladores de comunidad.



Planteamiento del problema

La comunidad Icalupe, posee un gran potencial turístico; cuenta con amplios recursos geológicos, naturales, históricos y socioculturales los cuales no han sido promovidos ni ofertados de la manera correcta debido a la falta de un plan de promoción turística específica de parte de las autoridades u organización comunitaria que de salida a la oferta turística de la comunidad.

Por lo tanto la zona de estudio carece de una debida organización, para que todos los elementos turísticos se complementen apropiadamente para poder desarrollar dicha actividad.

Así mismo se puede notar la falta de señalizaciones en los dos principales sitios a visitar como son el cañón seco y el parque ecológico piedras pintadas, lo cual si las personas no van con uno de los dos geo guías capacitados sería muy difícil poder hacer todo el recorrido, además lograr un buen conocimiento de la riqueza de dichos lugares.

La comunidad cuenta con dos atractivos importantes que son: Parque Ecológico Municipal “Piedras Pintadas” y el “Cañón Seco” los cuales son lo suficientemente capaz de atraer turistas nacionales e internacionales y que además forman parte del Proyecto Geo Parque de Río Coco.



Preguntas problema

Pregunta general

¿Qué tipo de estrategias se utilizará para la promoción y la comercialización turística de la comunidad de Icalupe?

Preguntas específicas

1. ¿Cuáles son las estrategias más recomendables para promocionar la comunidad Icalupe?
2. ¿Cómo se comercializará el paquete turístico promocional de la comunidad de Icalupe?
3. ¿Qué resultados se esperan con la aplicación de estas estrategias de promoción turística?



Hipótesis

Las estrategias de promoción y comercialización turística de la comunidad Icalupe aumentaran la afluencia de turistas y mejorara la economía, así mismo creará nuevas oportunidades de trabajo.



Objetivos

Objetivos General:

Establecer estrategias de promoción y comercialización turística para comunidad Icalupe.

Objetivos Específicos:

Diseñar estrategias de promoción turística a implementarse en la comunidad de Icalupe.

Elaborar un paquete turístico para la comunidad de Icalupe, Somoto-Madriz.



Capítulo I: Contexto del proyecto

1. Caracterización del municipio de Somoto y Comunidad Icalupe

1.1 Caracterización general del municipio de Somoto

El municipio de Somoto está ubicado a 216 km de Managua, se encuentra ubicado en las coordenadas 13 25' latitud norte y 86 35' de longitud oeste, con una altura promedio de 700 msnm, estas varían entre los 600 msnm (río Coco) y los 1410 msnm (cerro Marimacho, frontera con Macuelizo). Con una extensión territorial de 460 km².

Límites Municipales de Somoto son:

Al Norte con los municipios de Santa María y Macuelizo

Al Sur con los municipios de San Lucas y Pueblo Nuevo

Al Este con los municipios de Yalagüina y Totogalpa

Al Oeste con la Republica de Honduras

Según división política administrativa, Somoto está compuesto por 24 barrios urbanos y 52 comunidades rurales.

Actualmente la población del municipio está constituida por 35,943 habitantes con una tasa anual de crecimiento de 3.1%, el 62% de su población es urbana con 22,318 habitantes y el 38% es rural con 13,625 habitantes. Del total de población 19,421 son mujeres para un 54% siendo el restante hombres (16,703) con un 46% lo que indica promedios ligeramente superiores a la nacional que oscilan entre el 51%- 49% los hombres.

El árbol municipal es popularmente llamado Matasano y su nombre científico es Casimiroa edulis, el ave municipal es popularmente llamado Guis y el nombre científico es Pitangus sulphuratus. (Alcaldía Municipal, 2013)

1.1.1 Clima

La ciudad de Somoto se encuentra en la parte oeste del departamento de Madriz a una altura de alrededor de 660 msnm. El clima de la zona, según la clasificación de KOEPEN es de tipo sabana tropical, con una precipitación anual de aproximadamente 800-1000 mm.

La temperatura anual es de 24.5c, con una oscilación media de 3.9c. El periodo más caluroso ocurre desde marzo hasta junio y el más fresco desde diciembre hasta febrero. Las medias mínimas varían entre 16-21c y las medias máximas entre 28-32c.

1.1.2 Relieve

El punto de mayor altura lo representa la cima del cerro Tepesomoto con 1730 msnm, ubicado al sur de la ciudad de Somoto; un segundo punto importante por su altura es el cerro Apante con 1,585 msnm y el punto más bajo se ubica en las llanuras del Río Coco.

1.1.3 Paisaje Natural

Somoto es parte de los municipios que se localizan en la Región Norte del país, región que presenta una serie de serranías y montes, que forman alargadas estribaciones y ramales entre los cuales se abren paso importantes ríos a través de angostos valles (Estudios Sociales/Dr. Incer Barquero).

Los principales ríos de Nicaragua nacen en su región montañosa central, los que circulan entre anchos valles con rumbo a la Costa Atlántica, desembocando finalmente en el Mar Caribe, uno de estos es el Río Coco.



El Río Coco es el río más largo de Centro América, también conocido como **Río Segovia** y **Río Wanki** en lengua misquita, mide 680 km, en parte de su curso se convierte en línea fronteriza, dividiendo Honduras de Nicaragua. Este río recorre aproximadamente 24 km dentro del territorio municipal de Somoto, identificándose en parte de su curso, lo que se denomina “Cañón de Somoto” sitio de gran belleza paisajística por los farallones de gran altura que se extienden aproximadamente 5 km.

También en esta región se destacan paisajes montañosos, caracterizados por bosques de pino, roble encinos, creciendo en forma natural en las partes más elevadas del país, la vegetación en los llanos está conformada principalmente por matorrales y nebliselva en las cumbres altas.

La Reserva Natural de Tepesomoto la Pataste con 1,730 metros de altura, fue declarada como Área Protegida según decreto de ley número 42-91, del 31 de Octubre de 1991. (Alcaldía Municipal, 2013)

1.1.4 Cultura

Desde los primeros tiempos de la dominación española, la población de Somoto ha celebrado como patrono de la ciudad al apóstol Santiago, cuya fiesta religiosa tiene lugar el 25 de julio de cada año. También se conmemora anualmente con fiestas populares, el 11 de noviembre fecha en que el departamento de Madriz se independizó de Nueva Segovia en el año de 1936.

1.1.5 Costumbres y actividades de la población

La población del municipio de Somoto se caracteriza por conservar una cultura religiosa que precede desde los siglos atrás, el fervor que mantienen se ve reflejado en sus actividades religiosas, sobre todo el patrono Santiago.



Entre otras fiestas se realizan las siguientes celebraciones

- Fiesta de Santiago: se celebra el 25 de Julio de cada año a través de actos religiosos, fiestas populares y corridas de toros, tienen una duración de 15 días.
- Fiesta en honor al señor de los milagros o cristo negro, celebrada del 11 al 20 de enero.
- La fiesta de los corazones: se celebra el 26 de mayo de cada año, en honor al sagrado corazón de Jesús, bajan en procesión las comunidades cargando al sagrado corazón de Jesús, se reúnen en la parte norte y sur de la ciudad para entrar en conjunto a una misa nocturna que se realiza en la iglesia.
- La fiesta de la cruz, celebrada el 3 de mayo de cada año, los pobladores suben al cerro de la cruz, unos rezando y otros repitiendo mil veces la frase: Nuestro Señor Jesús.
- Fiesta de los inditos: se celebra el 12 de diciembre de cada año en honor a la virgen de Guadalupe, con una procesión de disfraces de inditos por las principales calles de la ciudad hasta concluir con una misa en la iglesia.
- Semana santa, en el mes de marzo/ abril en honor a la pasión y muerte de Jesucristo.
- Aniversario de la separación del departamento de Madriz del departamento de Nueva Segovia, se celebra el día 11 de noviembre de cada año terminando con el tradicional “Carnaval de Somoto” y desfile hípico.

Por 17 días continuos hay celebración, siendo la alcaldía municipal quien organiza la programación de las fiestas, actividades culturales y religiosas alusivas a la fecha, con participación de los pobladores. Esta es una de las celebraciones más largas e importantes de la ciudad.



Las actividades se programan del 11 al 27 de noviembre, donde se organizan:
Ferias de productos locales.

- Noches culturales.
- Fiestas populares.
- Corrida de toros.
- Desfile de carrozas.
- Bandas musicales.
- Gimnasia.
- Festivales artísticos.
- Juegos de gallos.
- Oficios religiosos.

Es notoria la participación de los diferentes sectores económicos que promocionan sus productos a los visitantes, en la rama de pequeña industria, agricultores, ganaderos, entre otros. En calidad de turistas vienen de municipios, departamentos y países vecinos.

La actividad se organiza de forma que toda la población esté representada, ganancias económicas que se generan producto del movimiento comercial, también es organizado equitativamente, tratando de beneficiar a la población de los barrios en la economía de proyectos a ejecutar y/o contribuir al fondo propio que se administran en los barrios. (Municipal, 2013)

1.1.6 Áreas patrimoniales

El sector del parque central y la iglesia parroquial Santiago con su torre del reloj público y manzanas circundantes, es considerado el núcleo primario de desarrollo, presenta edificaciones con elementos arquitectónicos propios de la época colonial.

En la medida que la ciudad fue creciendo, se hacía uso de las mismas formas constructivas, soluciones de fachadas y materiales, manteniéndose en el área definida como tradicional de forma homogénea con respecto al núcleo primario.



Dentro de esta zona se encuentran inmuebles de gran valor, tales como el local de la Alcaldía Municipal, la casa donde funcionan las oficinas del MARENA, y el MAGFOR, con solución en dos plantas con patio central, entre otras.

Algunos elementos observados de las edificaciones del área tradicional son:

- Uso de sistemas constructivos tradicionales: adobe y taquezal.
- El techo cubierto de tejas de barro.
- Viviendas con esquinas ochavadas.
- Viviendas con uso de dos puertas en sus esquinas.
- Uso de relieves en las fachadas, entre otros.
- Soluciones de patio central. Viviendas tradicionales de dos plantas con uso de entrepiso y escalera de madera. (Municipal, 2013)

1.1.7 Breve reseña histórica del municipio de Somoto

El origen de la población de Somoto se remonta a la época prehispánica, poblado inicialmente por las inmigraciones que provenían de México, principalmente de las culturales Olmecas, Totonacas y Aztecas, posteriormente se asentaron chorotegas, de indiscutido origen mexicano.

Pero fueron los españoles quienes finalmente poblaron la denominada "Santiago de Tepesomoto" según cédulas reales de 1591. No existe evidencia en la extensa región de Las Segovias, sobre la existencia de otro pueblo, distinto de la actual ciudad de Somoto, que llevara en la antigüedad ese nombre.

Sin embargo, la crónica viajera de Fray Alonso Ponce realizada en 1585, parece indicar la existencia de varios pueblos indígenas que llevaban el nombre de Somoto. Valle de gansos.

Los nombres, Somoto, Tepesomoto y TépecSomoto, se derivan del idioma indígena chorotegano "tépec-xomotl". "Tépec" significa valle o región, poblado, Xólotl, gansos o pavos. Es decir: "Valle o Región de Gansos".



El gobierno local de los pueblos indígenas de TépecSomoto era ejercido por el "Calpulli", institución semejante a las municipalidades de hoy, electas por voto popular directo, cuyas funciones se limitaban a mantener el orden entre los vecinos, vigilar para hacer cumplir el respeto a la propiedad ajena, la administración de tiangués o mercados y atender a comerciantes foráneos.

En muchas citas históricas nicaragüenses del siglo pasado, se hace alusión a Somoto con el nombre de "Somoto Grande", indicación que hace presumir la existencia de otros pueblos que con inferior categoría urbana, llevaban el simple nombre de Somoto y que en el transcurso del tiempo desaparecieron totalmente del mapa geográfico-político de la República.

El 22 de enero de 1867 durante el gobierno del general Fernando Guzmán se le concede el título de Villa y por ley el 24 de marzo de 1895, el gobierno de José Santos Zelaya le otorga e título de ciudad.

El 11 de noviembre de 1936 adquirió categoría de departamento, denominándose Madriz en honor al Dr. José Madriz, quien fuera presidente de Nicaragua entre los años de 1909 y 1910.

También se conmemora anualmente con fiestas populares, el 11 de Noviembre fecha en que fue inaugurado el departamento de Madriz. Como una de las manifestaciones religiosas muy particular en este municipio se realice cada año en el mes de mayo la celebración de la Fiesta de los Corazones

Desde los tiempos de la dominación española en Nicaragua esta ciudad celebra como patrono al apóstol Santiago el 25 de julio de cada año, entre los más destacados promotores de esta actividad se recuerda al sacerdote Julián García quien paso además a la historia por el apoyo que le presto a Rubén Darío para su viaje a Chile.



El 14 de agosto de 1936 se creó el departamento de Madriz con los siguientes municipios. Somoto, Palacagüina, Las Sabanas, San Juan de Río Coco, Telpaneca, Yalagüina y Totogalpa. (Municipal, 2013).

Según Edgard Tercero, miembro del comité organizador de actividades festivas de la Alcaldía Municipal de Somoto, la ciudad se ha ganado el título de ser la “Capital de la Amistad” porque es un pueblo amistoso y los enlaces de amistad que tiene con otras ciudades de Europa.

Se le conoce como la “Ciudad de los Burros” por dos motivos, el primero: Dado que entre los años 30 y 50 era un pueblo en el cual abundaban gran cantidad de burros; el otro motivo, era que los habitantes de la zona de Ocotol llamaban la “Ciudad de los Burros” en forma despectiva a Somoto por la enemistad que existía entre ellos, justo después de la fecha en que se independizó Somoto de Ocotol en el año 1936.

1.1.8 Infraestructura del municipio de Somoto

Vialidad

El municipio de Somoto cuenta con una red vial que le permite la conexión a nivel internacional, nacional a lo interno del mismo, identificándose como vía regional la carretera panamericana con una red de caminos de penetración de todo tiempo, de estación seca que comunica el área urbana con la rural, algunos caminos se encuentran deteriorados por falta de mantenimiento o por las intensas lluvias de invierno.

Transporte

Existe una terminal intermunicipal en buenas condiciones y taxis de parada en la terminal con rutas de Somoto a El Espino, Somoto El Empalme de Yalagüina, Somoto urbano, en el Mercado municipal se encuentran taxis de Somoto San Lucas, también de la Cruz Roja al Canon de Somoto.



El sistema de transporte está compuesto por rutas interurbanas de servicio ordinario y expreso que comunican a Somoto con diferentes ciudades como: Estelí, Ocotal, Managua, Dentro del departamento también existen rutas ordinarias hacia: El Espino, San Lucas, Cusmapa, San Juan de Río Coco (10 unidades).

También existen 5 unidades que cubren las rutas hacia las comunidades rurales de El Tamarindo, Icalupe, La Carbonera, Guasuyuca, y Los Caracoles. (Municipal, 2013)

1.1.9 Servicios básicos

Agua Potable

En el área urbana el servicio de agua potable es administrado por ENACAL, con un total de 4,469 conexiones aproximadamente para una cobertura de 95%, en algunas comunidades rurales existen pozos y mini acueductos rurales.

Drenaje Sanitario

Solamente el área urbana dispone de servicio de drenaje sanitario con 2,100 conexiones aproximadamente para una cobertura del 45% del total de edificaciones. En el resto del área urbana y rural se hace uso de sumideros o letrinas.

Energía Eléctrica

La energía eléctrica es administrada por UNION FENOSA- DISNORTE, con un total de 3,352 conexiones domiciliarias registradas en el área urbana contando con alumbrado público en el casco urbano, para una cobertura del 92%. Se brinda el servicio a ciertas comunidades.



Comunicaciones

El servicio es administrado por ENITEL, brindado por la telefonía CLARO, dispone de una central digital que brinda servicio a un total de 1,230 cuñas en el municipio de Somoto, correspondiente a un 27% de cobertura. También existe la telefonía celular con las empresas de Claro y Movistar que abarcan la mayoría de las comunidades, existiendo también el servicios de caber en la ciudad.

Equipamiento turístico

Somoto cuenta con una barrera de toros que se localiza en los terrenos la Antigua pista de aterrizaje, donde se presentan corridas de toros en periodos festivos, fiestas patronales o en exhibiciones extraordinarias o programadas.

Es totalmente cerrada con madera, tiene capacidad para 2,000 personas sentadas, cuenta con gradería, redondel donde se realice la corrida y área de encierro de toros. En esta misma área se encuentra la plaza 11 de Noviembre en esta plaza se instalan juegos mecánicos, toldos, chinamos entre otros, en periodos festivos.

Somoto además cuenta con parques recreativos tales como: Parque Zelaya, Parque Lucila, Parque el sector No.14

El área de recreación deportiva de Somoto dispone de:

Estadio de baseball de primera división, denominado “Estadio Santiago” localizado al este de la ciudad, en el sector 10 (barrio Luis Alfonso Velásquez). Las graderías tienen capacidad para 3,500 personas sentadas, tiene palco con sillas y palco de transmisión para tres emisoras, además cuenta con una pizarra y baños.

Estadio de fútbol ubicado en el sector 10, se encuentra en ejecución de un complejo deportivo que contendrá un estadio de fútbol, piscinas olímpicas y áreas complementarias a esta instalación.



Canchas deportivas, en el área urbana existen de 2 a 6 galleras, es un municipio que posee todo lo necesario para atender las necesidades de una población, existe una gran variedad de negocios, existiendo en el municipio alrededor de 180 entidades de servicio, 200 pulperías que funcionan legalmente, 7 hoteles, 1 supermercado, unos 15 bares, restaurantes y 15 centros de diferentes índoles.

Cuenta con escuelas secundaria y primaria, preescolar, universidades, centro de salud, en si todo lo necesario para atender a la población y a sus visitantes. (Municipal, 2013)

1.1.10 Actividades socioeconómicas

La principal actividad socioeconómica del municipio lo constituye la agricultura, con producción de granos básicos (maíz, frijoles, sorgo) café y henequén en menor escala para el consumo local, nacional. La producción pecuaria (Ganado vacuno, caprino, Ganado menor).

La ciudad tiene actividad comercial que se comprueba con la existencia de un banco privado, un Mercado municipal que se ubica en el Nuevo centro comercial, talleres de panificación, ebanistería, cerámica, zapatería, electrónica, costura artesanal, a menor escala existen pequeños y medianos establecimientos comerciales de diferentes artículos.

También otro factor importante en la economía de Somoto son sus famosas rosquillas ya que hay familias enteras que se dedican a la industria de las rosquillas para la exportación de estas y venta nacional.

En el municipio no hay mucha actividad industrial, existen algunas pequeñas industrias de Madera, cuero de menor importancia. En este aspecto es importante señalar la primera planta láctea de Somoto, denominada lácteos, también se ha creado la planta de procesamiento de concentrado, estos proyectos gestionados por ASODECOM en base al apoyo económico de ayuntamientos españoles.



Otra fuente no muy desarrollada que está tomando mayor fuerza a nivel local es el turismo, especialmente con el descubrimiento del cañón de Somoto, el cual está atrayendo a turistas nacionales y extranjeros.

Según el INTUR (Instituto Nicaragüense de Turismo), la tasa de crecimiento alcanzada es del 18.8% por las llegadas de visitantes a los Centros Turísticos, cada año a nivel nacional.

El turismo en Nicaragua aporta más de 447 millones de dólares a la economía del país cada año.

El turismo es un generador de empleos muy importante, actualmente mucha personas trabajan en lo que es el turismo en este municipio. (Municipal, 2013)

1.1.11 Situación actual del turismo en Somoto

Somoto es un municipio que cuenta con una ubicación geográfica estratégica dado a que se encuentra en una zona fronteriza lo que le permite una excelente accesibilidad vial y modo de intercambio con países vecinos de la región. Además cuenta con recursos turísticos naturales, culturales, edificios, sitios históricos estos elementos hasta ahora están siendo aprovechados turísticamente.

Con respecto al equipamiento turístico en Somoto existen diversos centros de recreación donde los pobladores y visitantes pueden pasar haciendo diferentes actividades o solamente observando.

Existen sitios de venta de artesanías en la ciudad, una cooperativa llamada: “Cooperativa de Henequeros de Madriz”, donde se elaboran y venden artesanías de henequén, pero se deben crear políticas que incentive a los artesanos para promover su desarrollo, por lo tanto se considera necesario elevar la cantidad de los servicios actuales para mejorarlos.

Según lo observado la demanda del turista que visita Somoto es un turista joven que busca aventura o turismo rural comunitario, ya que sus mejores experiencias es compartir en las casas con los lugareños, los sitios más visitados son: Cañón de Somoto, Santuario de la Virgen Cacaúlí y los talleres de Rosquillas.



La dinámica del turismo en el municipio de Somoto, llevada a cabo por su delegado departamental del INTUR, apoyado por CANATUR teniendo el apoyo de la Alcaldía Municipal, ha favorecido el desarrollo local, logrando implementar estrategias que orienten un proceso de avance en cuanto a la calidad de la oferta turística, promoción y preservación de los recursos turísticos.

1.1.12 Principales atractivos turísticos de Somoto

Museo y Parque Central

En el parque central de Somoto se ubican interesantes lugares para visitar, la Iglesia Parroquial de Santiago, templo de tres naves construidas en 1661 fue declarado monumento nacional histórico, es uno de los más antiguos de Nicaragua, en su lado izquierdo se encuentra la torre del reloj publico.

El museo de piedra pintada, aquí se pueden encontrar desde piezas precolombinas muy bien conservadas, cuyo hallazgo se dio en los alrededores de este municipio, hasta recortes de periódicos y algunas otras publicaciones que explican un poco la historia de este pueblo, desde las tribus chorotegas, que habitaron este territorio, hasta nuestros días.

Talleres de Rosquillas

Las rosquillas es un tradicional bocadillo nacional hecho a base de maíz, es toda una especialidad en Somoto, ciudad que ya se ha hecho famosa en todo el país por su producción abundante y artesanal de esta delicia. Por lo tanto existen varios talleres donde se compra directamente este producto, además se puede observar el proceso de la elaboración de estas, contando con más de 30 talleres.

Además la mayor parte de los talleres ya tienen la implementación de vender sus productos al exterior de Nicaragua principalmente a Estados Unidos, España y otros destinos, así como a diferentes lugares de Nicaragua.



Museo Piedra Pintada

El “Museo Piedra Pintada” es una pequeña sala ubicada en el Parque Zelaya, en el centro de la ciudad de Somoto, que expone una muy interesante colección de piezas precolombinas, las cuales fueron encontradas en diferentes puntos de la región, como Santa Rosa, Cacaúlí y el propio Somoto, y que según la teoría pertenecieron a diversas tribus Chorotegas.

La exhibición que permanece en este museo comprende piezas de uso doméstico como piedras de moler y jarrones, piezas de uso social y religioso como sellos, collares, incensarios, ocarinas y urnas funerarias; además de otras piezas como puntas de lanza y jarrones con óxido carbónico, el cual era usado para pintar la alfarería precolombina.

Otra parte interesante de la exposición permanente de este pequeño museo la conforma una colección de antiguas fotografías de Somoto, de inicios del siglo XX. En ella se pueden apreciar episodios de la historia de esta ciudad, así como antiguos personajes que tuvieron relación con ella.

Santuario de Cacauli

En 1990, en la comunidad rural de Cacaúlí, un niño de 13 años conocido como Panchito caminaba en el campo recogiendo trozos de leña cuando aconteció un suceso que transformaría enormemente su vida y el carácter del lugar en el que estaba parado: Panchito fue testigo de una aparición de la Virgen María, lo cual lo divulgó luego con tanta fe y pasión que todos en el pueblo creyó en su palabra.

La historia comenzó a extenderse por el departamento, luego por el país y más tarde traspasó fronteras. Hoy en día el lugar es conocido como El Santuario de Cacaúlí. Cada día ocho de cada mes del año miles de personas de toda Nicaragua así como visitantes extranjeros asisten con fe al lugar en búsqueda de milagros de la Virgen María.



La gente inicia su romería los días siete, para hacer una vigilia. Al día siguiente llega más gente y el párroco de Somoto realiza una misa campal a las diez de la mañana, muchas personas relatan los milagros recibidos.

En el Santuario se ha construido un muro periférico y un humilde altar a la Virgen María. A parte de los días siete y ocho de cada mes, durante el resto del tiempo el lugar permanece desolado.

Por otra parte en el extremo Suroeste de Somoto se encuentran en secuencia tres zonas montañosas de interés. La primera es San Lucas; en su comarca Loma Panda hay un taller artesanal familiar donde elaboran diversas piezas de barro. Luego está La Sabana, en cuyo territorio está parte de la reserva natural de Tepesomoto y La Pataste, con cimas de nebliselva -compartida con Estelí.

Finalmente está la interesante Cusmapa, donde hay un taller que produce artesanías con hojas de pino y dos atractivos miradores con extensas vistas panorámicas que dominan el occidente del país.

En el centro del departamento están otras dos localidades que destacan por la producción artesanal en sus pequeños pueblos de ambiente apacible. Está la simpática Yalagüina, que posee también diversos talleres que producen rosquillas y otros bocadillos de gran calidad.

También encontramos Totogalpa, que se ha hecho famosa por las creativas artesanías de tusa (cáscara del maíz) y un pequeño taller donde se elaboran piezas artesanales con jícaros pintados a mano.

Hay muchos otros destinos y atractivos poco conocidos o sin explorar en el departamento de Madriz, que está compuesto por 9 municipios. El turismo empieza a despertar como actividad productiva en el área. Hacia el Este de su territorio se puede apreciar la vida campesina en sus sencillos pueblos como Palacagüina y Telpaneca. También está San Juan de Río Coco, con sus cerros

Quibuto, Malacate, y su cascada de la Gruta de la Virgen de Lourdes, ubicada a orillas de la carretera.

Entre las principales empresas que ofrecen servicios turísticos en Somoto, se encuentran: Hotel Colonial, Hotel El Rosario, Hotel el Ángel, Namancambre Tours, Cooperativa de guías de Sonis, entre otros.

1.2 Caracterización de la comunidad Icalupe

Para una mayor comprensión del área de estudio se describe a continuación la comunidad de Icalupe con sus áreas principales que la caracterizan como un destino turístico único del norte de Nicaragua, así mismo se describirá todos aquellos aspectos o elemento de índole histórico-cultural y natural de la zona.

Cabe señalar que dentro de dicha descripción se anexara el Diagnostico de la Comunidad de Icalupe, elaborado por la Alcaldía de Somoto-Madriz el cual posee datos importantes de la caracterización de la zona.

1.2.1 Descripción geográfica de la comunidad de Icalupe, Somoto-Madriz

La comunidad de Icalupe se encuentra ubicada a 30 km de Somoto y 94 km de la Ciudad de Estelí, es habitada aproximadamente por 235 personas las cuales provienen mayoritariamente del sur y oriente de Honduras.



El nombre de la comunidad Icalupe según sus mismos pobladores significa Cerro de los Nancites, Valle de las Nambira o bien Camino de las Canoas, de estos tres el más acertado según los mismos (pobladores) es el primero.

Figura 1: Ubicación geográfica
fuente: Diagnostico de Icalupe



1.2.2 Ubicación y límites

Icalupe, es una pequeña comunidad localizada a 30 km, de la ciudad de Somoto, cabecera del departamento de Madriz. El centro de la comunidad se ubica a 861 msnm.

La comunidad tiene los siguientes límites:

Al Norte: República de Honduras.

Al Sur: Comunidad Las Quebraditas.

Al Este: República de Honduras.

Al Oeste: Comunidad Las Lumbreras.

1.2.3 Clima

De acuerdo con la clasificación climática según KOPEN, utilizada por INETER, el clima de la zona corresponde a Clima Seco y Árido; el cual predomina en el corredor seco de la Región Norte: “Se caracteriza por mostrar una estación seca muy severa, con temperaturas medias anuales que oscilan entre 23°C y 27°C, mientras que la precipitación promedio anual, presenta rangos de 650 mm a 800 mm” (Instituto Nacional de Estudios Territoriales, 2004).

En cuanto a la información levantada se presenta generalmente una época seca que va de noviembre a abril y lluviosa de mayo a octubre. En esta última se manifiesta un período de canícula o sequía meteorológica del 15 de julio al 15 de agosto.

1.2.4 Geología

Se identifica la presencia una variedad de rocas ígneas, de origen volcánico, en gran cantidad de tipo basalto de diferentes colores y texturas.

En la caracterización del municipio de Somoto (Alcaldía Municipal de Somoto, 2014) se cita lo siguiente: “los terrenos del municipio de Somoto se incluyen en la provincia volcánica terciaria que está representada por el grupo Coyol”.



1.2.5 Uso del suelo

La mayor parte del suelo de la comunidad Icalupe presenta un potencial de uso forestal; solamente un 10% aproximadamente es de uso agropecuario; sin embargo por los asentamientos humanos, desarrollo de la agricultura y ganadería, así como por el aumento de la frontera agrícola se considera que la comunidad ha destinado un uso de suelo mayor del 10 al 15% para actividades agropecuarias.

1.2.6 Actividad económica

La principal actividad socioeconómica de la comunidad lo constituye la agricultura y la ganadería, basada en la producción de granos básicos (maíz, frijoles, sorgo), la producción pecuaria (ganado vacuno, caprino, ganado menor).

Otra fuente económica no muy desarrollada, que está tomando mayor fuerza a nivel local es el turismo, especialmente con el descubrimiento del Cañón Seco y el Parque Ecológico de Piedras Pintadas, estos dentro de la comunidad los cuales están atrayendo la visita de turistas tanto nacionales como extranjeros.

El turismo es un generador de empleos muy importante para el desarrollo de las comunidades rurales, por lo que actualmente muchas personas trabajan en lo que es el turismo tanto en Icalupe como en muchas otras comunidades del país. Desarrollándose el Turismo Comunitario como una necesidad para mejorar la economía de la comunidad, a la vez dar a conocer, su cultura, tradición e historia a través de la interrelación entre los habitantes y los visitantes, dándole un valor agregado a sus recursos, naturales, culturales e históricos que posee.

1.2.7 Salud

La atención a la salud se cubre desde la cabecera departamental de Somoto o bien se acude al puesto de salud de la comunidad Yaraje, a 5 kilómetros de distancia, esto por lo que en la comunidad no se cuenta con puesto de salud.



1.2.8 Educación

Dentro de la comunidad se cuenta con un centro de educación, el cual laboran tres docentes de tiempo completo.

En dicho centro se imparte primaria y secundaria, las instalaciones tienen una estructura aceptable, se encuentra en buen estado; tiene cuatro aulas de clase, una dirección, además tiene dos servicios sanitarios y una cocina.

Con un total de 45 niños de primaria y preescolar, con 12 adolescentes los cuales reciben secundaria, todos estos procedentes de la comunidad Icalupe.

1.2.9 Infraestructura de la comunidad

Viabilidad

El acceso a la comunidad de Icalupe es a través de carretera no pavimentada la cual se encuentra en buen estado, con el único problema que no cuenta con señalización.

Transporte

El transporte que existe en la comunidad es el de servicios de buses privados locales con un horario ya establecido. Aunque también se puede acceder en vehículo particular.

A continuación tabla de horario de bus local de la Comunidad de Icalupe

Horario de bus local	
Salida de la terminal de buses de Somoto	5:15 am y 2:00 pm
Desde el Mercado Municipal de Somoto	3:00 pm
Salida desde la comunidad de Icalupe	6:00 y 8:00 am



1.2.10 Servicios básicos

Agua

La comunidad cuenta con servicio de agua potable, obtenida de pozo eléctrico cuya distribución es irregular ya que el agua llega a los hogares cuando hay sol, debido a que el sistema de suministro de esta funciona a base de paneles solares.

Energía eléctrica

En la comunidad no se cuenta con servicio de energía eléctrica, pero la mayoría de las familias cuentan con paneles solares. Los cuales fueron obtenidos mediante un proyecto realizado por la Alcaldía de Somoto e INTUR de Madriz, dentro del Proyecto de la Ruta del Café.

Comunicación

En cuanto a la comunicación en la Comunidad no se cuenta con servicios de telecomunicación o red móvil de ningún tipo.

Servicios complementarios

Hospedajes familiares: actualmente la comunidad Icalupe cuenta con los recursos básicos para la realización del turismo comunitario, dado que hay familias que han adecuado sus casas para hospedar y brindar servicios de alimentación a las personas que visiten el lugar.

1.2.11 Paisaje natural

Durante el trayecto de la ciudad de Somoto hacia la comunidad de Icalupe se puede apreciar una maravillosa vista paisajística con áreas de pastizales, bosques, montañas muy pronunciadas a los que se le atribuye a su posición geográfica, poseedor de diversos atractivos tanto naturales como culturales en su mediano territorio, compuesto por altos valles y bosques de pino en donde predominan las frescas temperaturas.



Su bosque de pinos lo hace poseedor de especies tanto florísticas como faunísticas, posee estructuras geológicas de carácter lineal y morfología circular asociadas a relictos de antiguos.

1.2.12 Cultura, costumbres y actividades (festividades) de la comunidad de Icalupe

Desde los primeros tiempos de la dominación española, la población de Icalupe ha celebrado como parte de su cultura y tradición el día de la resistencia indígena cuyo acontecimiento tiene lugar el 12 de octubre de cada año.

Día en donde toda la Comunidad se une por una misma causa, haciendo ferias gastronómicas, en donde son expuestas las comidas típicas y tradicionales de la zona. Igualmente dentro de la misma actividad tiene lugar la elección de la india e indio bonito, la mejor carroza en carreta jalado por bueyes, el mejor cuento representativo de la comunidad, así mismo se dan a conocer los mitos y leyendas de la zona siendo representadas mediante dramatizaciones realizados por los niños, niñas, adolescentes de la comunidad.

Dentro de sus principales festividades se encuentra las siguientes

- Marzo y abril vigilia al señor de los milagros.
- 13 de junio día de san Antonio.
- 20 de julio celebración al Divino niño Jesús.
- Celebración de las fiestas patrias independencia de Nicaragua y batalla de San Jacinto el 14 y 15 de septiembre respectivamente.
- 8 de diciembre gritería (purísima).
- Ferias de las artesanías, no hay fecha propuesta, o establecida.

1.2.13 Mitos y leyendas

La comunidad cuenta con una diversidad de leyendas, siendo la más conocida la cueva de “El Duende”. Dicho personaje se manifiesta como un niño que llora o que llama a las personas por su nombre; su objetivo, es que las personas se compadezcan de él y lo busquen; siendo ésta una estrategia para que la gente se extravíe del camino, haciendo que se pierda.

Otra leyenda muy famosa que se presenta en la comunidad es la de “El Cadejo”: Este se considera un animal parecido a un perro, que aumenta de tamaño; cuentan que le ha salido a la gente aún en el centro de la comunidad, realizando acto de persecución y causando miedo a diferentes horas de la noche.

La leyenda más extraña es la de “El Caballo Fantasma”. Cuentan que hace muchos años se escuchaba el tropel de un caballo negro que pasaba por el centro del valle a las doce de la media noche, causando pánico en la población; no salían a observar el caballo porque tenía malos espíritus que andaban sueltos. Quienes lograron verlo, manifiestan que de sus cascos tiraba fuego y sus ojos eran rojos como las brasas.

Se tiene otra leyenda que es “La historia de don Oscar Ortiz”. Un día a la media noche, él se dirigía hacia su casa. En el trayecto de la carretera del valle hacia los rútilos había una maicera; allí escuchó unos cerditos, decidió sacarlos de la propiedad y al instante fue a aparecer en la Finca La Sabaneta, propiedad de don Ramón Flores. Se cree que pudo ser El Cadejo u otro mal espíritu el que lo perdió.

Existen otras leyendas con menor relevancia como: La Cegua, El Caballo Negro, El niño que llora en la quebrada, La cueva del toro y otras variantes.

Todas y cada una de las leyendas que se cuentan con frecuencia en la comunidad genera un ambiente de comunicación entre los pobladores, permitiendo que de cierto modo se mantengan vivas tanto su cultura como sus costumbres y tradiciones.

1.2.14 Reseña histórica de la comunidad de Icalupe

Los primeros pobladores, de las familias que hoy viven en la comunidad, fueron los Ortiz; siendo el jefe el señor Ramón Ortiz, padre del señor Alfredo Ortiz; quien habita en la casa más antigua de la comunidad. Seguidamente, llegó a la comunidad el señor Marcelo Moncada con su familia; años más tarde el señor Macario Guzmán también con su familia y luego el señor Julio Flores. No se determinaron fechas específicas; pero se estima que estos datos tienen un siglo o menos.

No se conoce en la comunidad datos históricos de los antepasados, sobre la existencia de los petroglifos y piezas arqueológicas encontradas, pero según la aproximación al estudio del arte rupestre de Piedras Pintadas, realizado por César Méndez Lazo en el año 2014, la zona presenta las condiciones ecológicas y formaciones geológicas con una gran cantidad de yacimientos líticos; que representan recursos estratégicos para los grupos humanos en el período precolombino.

Los grupos situados en estos parajes tendrían accesos a muchos recursos, como para formar una base donde se podría controlar las diferentes redes de intercambio. Las escalinatas son evidencias de los caminos frecuentados.

Por otra parte, las representaciones de petroglifos se ubican sobre la ruta de acceso hacia otros lugares, con manifestaciones arqueológicas en el resto del país y en el país vecino Honduras.

1.2.15 Equipamiento turístico (de que dispone la comunidad para el turismo)

En la Comunidad de Icalupe se han identificado tres geo sitios Cueva el toro, piedras Pintadas y Cañón seco estos tres los más reconocidos.

Además de los atractivos antes mencionados, dentro de la Comunidad se cuenta con un museo arqueológico donde se exponen algunos vestigios antiguos encontrados en la región.

1.2.16 Atractivos turísticos de Icalupe

Piedras Pintadas.



Fotografía 1: Piedras Pintadas

Fuente: Propia

El lugar conocido como Piedras Pintadas, consiste en un farallón de unos 15 metros de altura, en el que están representadas una cantidad de figuras y simbologías que describen escenas rituales y costumbres de nuestros antepasados. Se puede identificar rostros y cuerpos de animales y seres humanos. Hasta la fecha, es el lugar con mayor concentración de petroglifos en el

municipio, considerados como los más impresionantes de Nicaragua (Larios Díaz, Deymins Emmanuel, 2013).

Por las figuras representadas como de calaveras, algunos consideran que fue un lugar de sacrificio; pero según César Méndez Lazo (2014), también se observan representaciones zoomorfas, abstractas y otras de carácter antropomorfo. Algunas figuras son talladas y otras policromadas. Méndez Lazo (2014) describe los colores: “rojo ocre, amarillo-anaranjado, azul y violeta, siendo uno de los pocos ejemplos de policromía que se observan en el país y el único en el que se utilizan tantos pigmentos”.

Este recurso histórico cultural se ha mantenido a pesar de la intemperie a la que ha estado expuesto durante muchos años.

Peldaños en roca

Se aprecian marcas en piedra, de la ruta de acceso de los pobladores antiguos (fotografía 2).

Vestigio de quesera

Se trata de un sitio donde los antepasados se dedicaban a la producción de queso, utilizando las rocas.

Cañón Seco

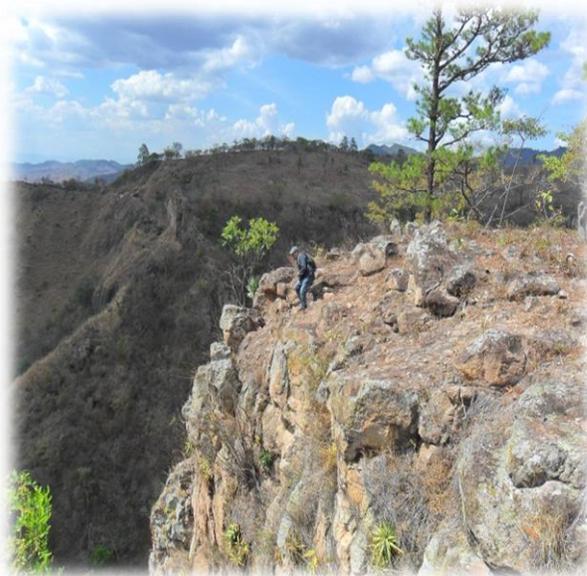
En el costado noroeste de la comunidad se encuentra el Cañón Seco, conocido como El Barranco de las Calderas, Calderas del Diablo o Garnacha; en la parte alta del Cañón seco, desde uno de los miradores naturales, se puede contemplar las colinas, otras comunidades y la carretera hacia la frontera con Honduras.

En la parte inferior del cañón, en época lluviosa se forman pequeñas quebradas con cascadas de agua. En la zona aguas abajo se forman retenciones de agua y muchas de las vertientes permanecen durante todo el año.



Fotografía 2: Peldaños en roca

Fuente: Propia



Fotografía 3: Cañón Seco

Fuente: Propia

Cuevas

Existen varias cuevas, en diversos sitios de la comunidad. Hay de diferente tamaño, hasta de 100 metros de profundidad.

Algunas con nombres específicos como: la Cueva Hedionda, la Cueva del Toro.



Fotografía 4: Cueva El Toro.

Fuente: Propia

Vestigios de petroglifos y arqueología

Alrededor de la comunidad, como en las fincas *Montes de Oro* y *La Sabaneta*, en el Cañón Seco (finca El Pastoreo).

En otras partes de la comunidad se encuentran vestigios indígenas; los cuales consisten en petroglifos que han resistido la erosión, el sol, las lluvias entre otros factores ambientales y antropogénicos.

Entre otros vestigios se tienen unos 8 huecos soterrados por hojarascas; los cuales, por la forma y presencia de humo en las orillas, se supone que eran hornos caseros



Fotografía 5: Horno antiguo

Fuente: Propia



Fincas agro turísticas

Existen siete fincas identificadas con potencial agro turístico, donde además de cultivar la tierra, se desarrollan las actividades de ganadería; que tiene que ver con la producción de queso y cuajada, las cuales son consideradas un importante complemento para la realización del turismo rural comunitario, por lo tanto son parte del potencial turístico de la zona.

En la comunidad se observan casas pintadas con tierras, de colores: amarillo-anaranjado, blanco, café y rojo ocre, estas tierras son encontradas en los alrededores de la comunidad.

Las fincas agro turísticas responden a los nombres siguientes:

- Finca Montes de Oro.
- Finca La Sabaneta.
- Finca El Pastoreo.
- Finca Buenos Aires de Don Luis Flores.
- Finca Sánchez.
- Finca del Sr Trinidad Sánchez.
- Finca de los Ortiz.



1.2.17 Situación actual del turismo en Icalupe

Actualmente el turismo en la comunidad de Icalupe no es muy rentable dado que es un lugar muy poco conocido, con poca promoción turística e información de lo que se puede hacer o realizar en la zona.

Con la promoción turística que se ha realizado hasta la fecha en la comunidad, los pobladores se encuentran motivados a incursionar en diversas actividades como alquiler de habitaciones y caballos, la fabricación y venta de alimentos, artesanías, cerámicas entre otros servicios.

En la comunidad Icalupe, el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) de Somoto inició un curso de Guías de turistas con alrededor de 22 personas identificados como líderes, protagonistas de la comunidad a quienes se les preparó en una serie de temas para que brinden acompañamiento a los visitantes en los diferentes sitios de la zona caracterizados como destino turístico, dos de los cualificados como guías fueron preparados para la debida interpretación y manejo de geo-parque los que actualmente se conocen como geo-guías.

1.2.18 Recursos naturales y situación ambiental

Al llegar a la comunidad de Icalupe se puede apreciar una maravillosa vista panorámica lo que se le atribuye a su posición geográfica, posee diversos atractivos naturales en su mediano territorio, compuesto por altos valles interrumpidos por montañas en donde predominan las frescas temperaturas, su bosque de pinos patula (*pinus tecunumanii*) lo hace poseedor de especies florísticas y faunísticas.

Para los amantes de la naturaleza y del turismo de aventura, este lugar reúne todos los elementos necesario para disfrutar de sus paisajes. Son muchos los atractivos turísticos que pueden visitarse, debido a su ubicación cuenta con lugares amplios desde donde puede apreciarse la imponente vista panorámica que posee.



En cuanto a la parte medio ambiental la comunidad fomenta y pone en práctica el buen manejo de los recursos naturales haciendo uso del reciclaje implementando el uso de la tres R de la sostenibilidad la cuales son Recicla, Reúsa y Reutiliza todas estas encaminadas a la preservación de la riqueza natural que posee esta zona.

En cuanto al reciclaje algunos habitantes de dicha comunidad han implementado el uso de las botellas de plástico para la elaboración de sus jardines, creación de maceteros, cortinas elaboradas a base de tapones de las mismas e implementación de riego por goteo y por supuesto el uso infaltable de los envases de plástico en la cocina, para su debido uso doméstico.

1.2.19 Actividades turísticas novedosas que se pueden realizar

La comunidad presenta varias características geológicas y naturales las cuales permiten el desarrollo de varias actividades turísticas particulares a como lo son: el Rapel, Down Hill (Ciclismo de Montaña), Camping, Cabalgatas en burro o caballo, trekking (Caminata en Montaña), Rock Climbing (Escalada) entre otros.

1.2.20 Recursos humanos

Actualmente en la Comunidad se cuenta con dos Geo guías capacitados por el INTUR (Instituto Nicaragüense de Turismo) esto para la debida atención al cliente y en técnicas de guiado especialmente en la interpretación de los diferentes geo sitios.

Además de la existencia de las siete fincas con potencial agro turístico de sus bosques, áreas de siembra, animales domésticos, en la zona se poseen recursos humanos capacitados y mano de obra local cualificada; así como instalaciones de servicios básicos a nivel comunitario; todo lo cual se puede potencializar para el desarrollo turístico, como complemento tanto de la cultura como de todos los elementos arqueológicos identificados.



1.2.21 Atractivos Cercanos de la Zona Monumento Nacional Cañón de Somoto.

Es una superficie que contiene rasgos naturales, históricos y culturales de valor destacado o excepcional por sus calidades representativas o estéticas.

El área es conocida como cañón de Somoto, también se le conoce como: La Ceiba, La Estrechura, Lugar de Namacambre. También recibe nombre de los ríos: Tapacalí, Comalí y la Zopilota. Los sitios son denominados según los accidentes geográficos en que se ubican: El Boquerón, Lomas, Los Coradillos, Los Potrerillos, Cerro Los Potrerillos.

El Cañón de Somoto fue establecido como área protegida por la ley N 605 el 29 de Noviembre del 2006 y publicado en la gaceta N 240 del 12 de Diciembre del 2006, como un sitio único por su paisaje, su formación, su geología y su antigüedad. El plan de manejo del Cañón de Somoto se aprueba en Diciembre 2008. (Municipal, 2013)

Catedral y parque central de Somoto

En el parque central de Somoto se ubican interesantes lugares para visitar, entre los cuales se encuentra la Iglesia Parroquial de Santiago, templo de tres naves construidas en 1661 declarado monumento nacional histórico.

Talleres de Rosquillas

El municipio de Somoto es uno de los lugares más famoso en todo el país, fama dada por sus rosquillas ya que cuenta con varios talleres donde se compran directamente estos productos en donde se puede observar el proceso de la elaboración de estas y degustar de las mismas.



Aguas Calientes

Es un sitio conocido por sus hallazgos de presencia indígena, ya que se han encontrado vasijas, tiestos de cerámica que revelan que fue habitado por grupos prehispánicos, así mismo se han encontrado petroglifos distribuidos en diferentes puntos de una roca gigantesca de unos 200 mts de largo, 70 mts de ancho, a unos 5 a 8 mts de altura aproximadamente. Por lo que se puede decir que se trata de un centro ceremonial indígena.

Este sitio se encuentra ubicado en la comunidad Aguas Calientes, km 228 de la carretera panamericana internacional Somoto El Espino, de la entrada de la comunidad 1 km y medio al oeste, Municipio de Somoto, Madriz.

1.3 Potencial turístico de Icalupe

La comunidad de Icalupe posee un ambiente tranquilo, además de contar con un museo arqueológico donde se puede observar, apreciar y aprender acerca de la vida de nuestros antepasados.

Otros sitios cercanos a la comunidad es el Parque Ecológico Piedras Pintadas en el cual se puede observar formaciones rocosas de gran altura, donde es apto para la realización de senderismo. Además existen varias cuevas las cuales cuentan con historias o leyendas las mismas que les dan su nombre como es el caso de la cueva del toro, donde según los pobladores dicen que en su interior habitaba un toro y que en la actualidad sale un duende que es el que protege la zona.

Por otra parte se encuentra Piedras Pintadas que es el otro sitio de gran interés ya que es un recurso natural histórico-cultural debido que en las paredes de sus enormes formaciones rocosas se pueden observar petroglifos de la época precolombina de pluri color, los cuales se conservan a través del paso del tiempo que muestran, describen y revelan la forma de vida, costumbres y tradiciones, de nuestros ancestros.



El Parque Ecológico Municipal de Piedras Pintadas, donde se localizan los petroglifos y pictografías forma parte del circuito del área geográfica del proyecto de Geo parque Río Coco en el que actualmente está trabajando la Alcaldía Municipal de Somoto, de hecho constituye el segundo punto de interés del mismo detrás de su famoso cañón en dicho río.

1.3.1 Descripción de los petroglifos y pictografías

Las manifestaciones rupestres de Piedras Pintadas constituyen uno de los ejemplos más sobresalientes existentes en Nicaragua, pues además de acunar petroglifos y pictografías, éstas están policromadas con cuatro pigmentos: rojo ocre, amarillo-anaranjado, azul y violeta, siendo uno de los pocos ejemplos de policromía que se conservan en el país y el único en el que se utilizan tantos pigmentos. Además, hay que subrayar lo inusual del color violeta en el arte rupestre pictográfico prácticamente a nivel mundial.

De igual forma podemos mencionar otro de los destinos de esta comunidad es el cañón seco, muy distinto al conocido cañón de Somoto, ya que en este dicen los pobladores del lugar solamente en época de lluvia corre agua en la parte interna así como una quebrada, en temporada de verano normalmente está seco.

Hay en la zona una casa de descanso, un área de parqueo, mirador y senderos para poder hacer recorridos por el área, es un sendero circular, el cual conforme se va haciendo el recorrido se pueden observar las montañas del norte de Nicaragua y la zona fronteriza con Honduras, en las partes más altas de esta montaña, sendero hay miradores naturales, donde se tiene que tener mucho cuidado ya que hay abismos muy pronunciados.

1.3.2 Análisis FODA de la Comunidad de Icalupe

Fortalezas	Oportunidades
<p>La comunidad posee dos atractivos turísticos, los cuales son parte del Proyecto Geo Parque de Río coco.</p> <p>Accesibilidad (cuenta con carretera en buen estado y transporte público).</p> <p>Recursos geológicos (Piedras Pintadas y Cañón Seco), recursos naturales , culturales</p> <p>Seguridad (es un lugar armónico y agradable)</p> <p>Algunos habitantes de la comunidad han recibido cursos de capacitación en arte, Guías Turísticos, técnicas agropecuarias y otros.</p>	<p>A la comunidad se puede acceder en cualquier tipo de transporte ya sea público o privado.</p> <p>El destino es apto para la realización de investigaciones científicas.</p> <p>En el área se pueden realizar recorridos o senderismo tanto de día como de noche en total tranquilidad.</p> <p>Personas preparadas para hacer los diferentes recorridos a los destinos así como a las diferentes fincas agro turísticas.</p> <p>En la zona se puede realizar turismo de aventura (Rapel, ciclismo de montaña).</p>
Debilidades	Amenazas
<p>Poca promoción turística.</p> <p>En invierno al acceso hacia la comunidad se ve afectada por la crecida del Río Coco.</p> <p>No se terminó el curso de guías turísticos (según algunos de los guías).</p> <p>Pocas condiciones para recibir y/o alojar a turistas.</p> <p>Falta de coordinación y organización entre los guías de la zona.</p>	<p>Desconocimiento de las personas sobre la existencia del área. (Turistas)</p> <p>El invierno es un fenómeno natural que no se puede controlar por lo tanto el acceso hacia la comunidad es seriamente restringido.</p> <p>Poca afluencia turística.</p> <p>Instalación de empresas turísticas extranjeras en la zona, lo cual le reste demanda al sitio y su entorno.</p>



Capítulo II: Marco teórico

Con el fin de lograr un claro entendimiento del documento, facilitar la interpretación del mismo, se presentan las definiciones y conceptos de todos aquellos términos considerados necesarios evidenciar en el presente estudio.

2.1 Conceptos Generales

Atención al Cliente: Son los valores y principios actitudinales implementados por los prestadores de servicios para satisfacer las necesidades de los clientes, con calidez humana. Entre las que se destacan están: amabilidad, disponibilidad, buen carácter, respeto, buena comunicación, honradez, honestidad y responsabilidad. (Intur.Gob, 2016)

Atractivo turístico: Cualquier punto o elemento del patrimonio natural y cultural de un sitio que sea capaz de motivar la visita por parte de turistas. Punto o elemento atractivo para el turista. (Rainforest Alliance, 2005)

Brochure: Es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente. El brochure abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que su compañía ofrezca hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa. (Castro, 2010)

Cliente: Es una persona, natural o jurídica, que está dispuesta a hacer una erogación de dinero por la obtención de un bien o un servicio. (Intur.Gob, 2016)

Excursión o sendero auto guiado: Excursión interpretativa en la cual la gente se dirige a sí misma a través de una serie de paradas pre planificadas (usualmente identificadas en un folleto, rótulo o mensaje audible). (Rainforest Alliance, 2005)

Guía turístico: Es el servicio en el cual una o más personas con conocimientos profesionales de un área turística, realizan funciones de asesoría y apoyo al turista durante su viaje. Estos servicios generalmente son contratados para excursiones, circuitos, visitas, etc., ya sean grupales o individuales. (Rainforest Alliance, 2005)



Interpretación: Proceso de comunicación en el cual una persona traduce el lenguaje técnico a términos e ideas que otras personas pueda comprender. Es un método educativo que tiene como propósito revelar los significados y las relaciones mediante el uso de objetos originales, experiencia de primera mano, con medios que ilustren, en lugar de sólo comunicar información de hechos. (Rainforest Alliance, 2005)

Paquete Turístico: Conjunto de dos o más servicios turísticos, que puede ser adquirido por un cliente individual o grupal. Normalmente incluye el alojamiento y otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc. (Rainforest Alliance, 2005)

Ruta Turística: Es el recorrido que tiene un objetivo que permite, admirar paisajes, recordar sitios históricos, disfrutar de zonas de playa o de montaña, de actividades deportivas, de aventura entre otras. (Intur.Gob, 2016)

Sector Hostelería: Compuesto de las actividades que hacen una o varias de las siguientes cosas: ofrecer alojamiento, servicio de restauración o entretenimiento para el viajero. (Kotler, Bowen, Rufín Moreno, & Paz, 2004)

Sendero circular: Un sendero de una sola vía que comienza y termina en el mismo punto (aproximadamente el mismo), por lo tanto tiene la forma de un círculo. Es llamado también Circuito.

Sendero lineal: Sendero de “doble vía”, ruta “sin salida” donde la gente que va en una dirección se encuentra con gente que viene en la otra dirección. (Rainforest Alliance, 2005)

Spot Televisivo: Un comercial de televisión, anuncio o spot televisivo es un soporte audiovisual a una audiencia a través del medio electrónico conocido como televisión. (Collantes, 2000)



Turismo: Se define como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo e inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remuneradas en el lugar visitado”.

También se le conoce como es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o personas que por motivos de recreación, descanso, cultura o de salud se trasladan de un lugar de residencia habitual a otro. (Intur.Gob, 2016)

Turismo Sostenible: Son todas aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un intercambio positivo de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación del turista con la comunidad es justa; los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viajar. (Intur.Gob, 2016)

2.2 Conceptos y definiciones de Promoción y comercialización turística

Alianzas Estratégicas: Relaciones entre partes independientes que acuerdan cooperar pero mantienen identidades separadas. (Kotler, Bowen, Rufín Moreno, & Paz, 2004)

Ecosistema: Conjunto de especies de un área determinada que interactúan entre ellas y con su ambiente abiótico, mediante procesos como la depredación, parasitismo, así mismo con su ambiente al desintegrarse y volver a ser parte del ciclo de la energía y los nutrientes. (Intur.Gob, 2016)

Gestión de Calidad: Consiste en hacer las cosas bien y dar satisfacción al cliente, en este caso al turista. No olvidemos que todo lo que hacemos es por esa persona llamada “turista”. (Intur.Gob, 2016)



Imagen Física: Elementos tangibles, como el material promocional, los empleados de la empresa que refuerza la idea de que ofrecer al cliente un servicio de calidad es la principal preocupación del negocio. (Kotler, Bowen, Rufín Moreno, & Paz, 2004)

Imagen de Marca: Es el conjunto de creencias que los consumidores mantienen acerca de una marca o destino. (Kotler, Bowen, Rufín Moreno, & Paz, 2004)

Medio Natural: Comprende todos los seres vivos y no vivos que existen de forma natural en la Tierra. En el sentido más purista, es un ambiente o entorno que no es el resultado de la actividad o la intervención humana. El ambiente natural puede ser contrapuesto al “ambiente construido”. (Intur.Gob, 2016)

Medio Ambiente: El medio ambiente es un sistema formado por elementos naturales y artificiales que están interrelacionados, que son modificados por la acción humana. Se trata del entorno que condiciona la forma de vida de la sociedad lo cual incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar determinado. (Intur.Gob, 2016)

Motivación: Una necesidad que alcanza un nivel de intensidad suficientemente alto para llevar a una persona a buscar su satisfacción. (Kotler, Bowen, Rufín Moreno, & Paz, 2004)

Medio Ambiente es “Conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos e indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas” (Estocolmo, 1972).

Producto Esperado: Son los servicios o artículos que deben estar presentes para que el cliente utilice el producto genérico. (Kotler, Bowen, Rufín Moreno, & Paz, 2004)



2.3 Conceptos y definiciones de Sostenibilidad Ambiental, Social y Económico

Biodiversidad o Diversidad Biológica: La biodiversidad es la variabilidad de las existencias de material genético encontradas en la flora y fauna en una localidad. (Rainforest Alliance, 2005)

Carga Ambiental: Es la capacidad de un ecosistema para sustentar organismos sanos y mantener al mismo tiempo su productividad, adaptabilidad y capacidad de renovación. (Wolters, 1991).

Carga Turística: Se refiere al nivel máximo de uso de visitantes e infraestructura correspondiente que un área puede soportar, sin que se provoquen efectos en detrimento de los recursos, disminuyendo el grado de satisfacción del visitante, ocasionando un impacto adverso sobre la sociedad, la economía y la cultura de un área". (McIntyre, 1993).

Cambio Climático: Cambios en el clima atribuidos a los efectos de las actividades humanas que alteran la composición de la atmósfera. En otras palabras, el cambio climático representa una tendencia en el comportamiento de una variable climática, por ejemplo, tendencia al incremento de la temperatura media o la reducción de las precipitaciones. (Intur.Gob, 2016)

Cultura turística: La conciencia turística es tratar bien a las personas no solo turista sino también compañeros, maestros, vecinos, etc. Logrando que todas las comunidades participen según sus costumbres y tradiciones. La cultura turística se divide en dos partes: costumbres y tradiciones de cada lugar. (Cultura turística.wordpress.com).



Desarrollo Sostenible: Significa sostener el bienestar de los seres humanos a través del tiempo; es la condición de que las acciones que se toman ahora, no tengan repercusiones negativas en el futuro de los seres humanos. (Intur.Gob, 2016)

Sostenibilidad: La sostenibilidad significa la existencia de condiciones económicas, ecológicas, sociales, políticas que determinen su funcionamiento de forma armónica a lo largo del tiempo y del espacio.

Consiste en satisfacer las necesidades de la actual generación sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades. Sugiere contemplar la capacidad de ocupación y carga turística como, concepto fundamental para la protección ambiental del desarrollo sostenible. (Intur.Gob, 2016)

Sostenibilidad Ambiental: Se refiere a la capacidad de poder mantener los aspectos biológicos en su productividad y diversidad a lo largo del tiempo, preocupándose de esta manera por la preservación de los recursos naturales fomentando una responsabilidad consciente sobre lo ecológico, al mismo tiempo crecer en el desarrollo humano cuidando el ambiente donde vive. (Intur.Gob, 2016)

Patrimonio Cultural: Aquellos bienes que son la expresión o el testimonio de la creación humana y que tiene especial relevancia en relación con la arqueología, la historia, la literatura, la educación, el arte, la ciencia y la cultura en general. (Rainforest Alliance, 2005)

Patrimonio Natural: Conjunto de elementos y características biofísicas de un sitio, región o país. (Rainforest Alliance, 2005)



Sostenibilidad Económica: Se refiere a la capacidad de generar riqueza en forma de cantidades adecuadas, equitativas en distintos ámbitos sociales que sea una población capaz y solvente de sus problemas económicos, fortaleciendo la producción así como el consumo en sectores de producción monetaria. (Intur.Gob, 2016)

Sostenibilidad Social: Se refiere a adoptar valores que generen comportamientos como el valor de la naturaleza, principalmente mantener niveles armónicos, satisfactorios de educación, capacitación y concientización ya que así apoyas a la población de un país a superarse, manteniendo un buen nivel de vida en la población de un país, en los aspectos sociales ya sea el enrolamiento de las mismas personas para crear algo nuevo en la sociedad donde forman parte. (Intur.Gob, 2016)

Vulnerabilidad: Puede entenderse como la medida en que un sistema es capaz o incapaz de afrontar los efectos negativos del cambio climático, incluyendo la variabilidad climática y los fenómenos extremos. (Intur.Gob, 2016)

La vulnerabilidad está en función del carácter, la magnitud y el índice de variación climática al que está expuesto un sistema, su sensibilidad o su capacidad de adaptación (IPCC, 2007).

2.4 Concepto de marketing

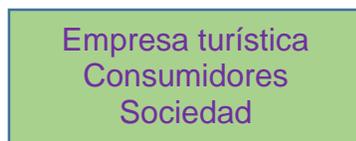
Existen numerosas definiciones del concepto de marketing, recogerlas todas en esta unidad sería prácticamente imposible, por eso teniendo en cuenta el momento presente y la sociedad en la que vivimos, una de las definiciones más acertadas es la que presenta Miguel Santemeses en su manual “ Marketing : Conceptos y Estrategias” (Ed. Pirámide, 1999).

Marketing: modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen y a la sociedad, mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción , por una de las partes, de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita.

Aplicando esta definición al turismo, el marketing turístico podría definirse como: Una filosofía, actividad y disciplina científica que tiene como objetivo satisfacer las necesidades o deseos de los visitantes turísticos (turistas o excursionistas), de las empresas turísticas (hoteles, agencias de viajes, municipios turísticos etc.), de la sociedad en general, con la finalidad de que sea satisfactoria para todas ellas, mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción por una de las partes de los bienes o servicios que la otra parte necesita.

Definición y utilidad del marketing turístico

Empresa + marketing = satisfacción de las necesidades



El marketing en la actualidad tiene como objetivo principal “satisfacer las necesidades del consumidor” por lo que parece necesario antes de adentrarse más Marketing Turístico en el tema saber exactamente que es una “necesidad” y cómo a través del marketing el consumidor puede satisfacerla.

La definición de necesidad según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE) se define como: Carencia de las cosas que son menester para la conservación de la vida.



En esta definición se puede apreciar que la necesidad es un estado propio del ser humano, inherente a él, por lo que las empresas no pueden crearlas de la nada, deben existir con anterioridad en el individuo.

Plan de acción (marketing operativo)

Las herramientas que permiten diferenciar la oferta de la comunidad se centra en marketing operativo o marketing mix, el objetivo de la diferenciación es la posibilidad de ofrecer más valor a los turistas o visitantes. Esto servirá para adaptar la oferta de la comunidad.

Plan del producto

Como definió Kotler en su libro Fundamentos de Mercadotecnia (1998) "producto es cualquier cosa que se puede ofrecer al mercado para satisfacer una necesidad o deseo".

Según Eliza Garate (2003) el producto sitio (turístico) es el conjunto de las características que proporcionan la satisfacción de las necesidades o deseo de las visitantes, es decir aquellos atributos que definen su personalidad lo que el sitio es, lo que será y hará en el futuro.

Promoción de ventas

Este tipo de promoción de la comunidad supondría la posibilidad de que esta se dirigiera a sus clientes (turistas), realizando acciones promocionales que requieren una comunicación eficaz ante los sectores que se desea atraer e integra un amplio conjunto de incentivos a corto plazo para estimular e iniciar a los consumidores (turistas) a visitar un destino turístico y a los intermediarios a colaborar eficazmente en dicha labor durante un periodo limitado de tiempo.

Este tipo de comunicación se realiza principalmente por la necesidad de lograr objetivos muy concretos y porque además este tipo de acciones es eficaz para aumentar el número de visitante hacia un destino.



Promoción turística: La promoción del turismo es la aplicación de conceptos de marketing en la industria de viajes y del turismo. La promoción del mismo podría ser compleja debido a que el producto es una amalgama de diversas industrias, tales como el alojamiento y el transporte. Los mercados también varían ampliamente, y la determinación de las preferencias de los consumidores podría ser difícil.

Promociones dirigidas a las redes de distribución: Se trata de todas las acciones dirigidas a potenciar el flujo de distribución de los productos (recursos) del destino.

Promoción dirigida al consumidor final: Se trata de todas aquellas técnicas de promoción dirigidas al comprador final por destino turístico o cualquier intermediario.

Las relaciones públicas

Las relaciones públicas proporcionan información constante para regular a intermediarios, turistas, habitantes entre otros grupos de interés, esto con el fin de intentar conseguir una imagen positiva y una actitud favorable hacia la comunidad a largo plazo.

Ferias y exposiciones turísticas

Este tipo de comunicación es una forma de presentación de productos y servicios a intermediarios, cuyo principal objetivo es establecer contacto personal entre los distintos sectores involucrados.

La venta personal

Se trata de presentación oral de los beneficios del producto o servicio a uno a varios compradores. La presentación deberá de girar en torno a los beneficios y ventajas que proporciona la comunidad.



Estrategia para la gestión de marketing

Este tipo de opciones estratégicas se conocen como estrategias intensivas, porque requieren un intenso esfuerzo para mejorar la posición competitiva de la empresa con los servicios actuales. (Acerenza, 2006).

➤ Estrategia de penetración en el mercado

Lo que se busca es la participación en los mercados actuales mediante un mayor esfuerzo en el campo de la comercialización, es por ello que en la comunidad se utilizara esta estrategia para aumentar su cuota en el mercado turístico y que además contribuirá al desplazamiento de turistas hacia la comunidad.

Para esto es necesario la publicación en medios específicos, mantener los recursos con los que se cuenta en óptimas condiciones e intentar rentabilizarlos al máximo con eventos, además de crear alianzas, relacionarse con diversos intermediarios como: guías turísticos, tours operadoras y empresa con índole o fines turísticos, mejorando así la afluencia de turistas a la comunidad

➤ Estrategia de desarrollo de nuevos servicios

Se trata de incrementar las ventas (visitas) mediante la modificación o mejora de los servicios actuales, o bien el desarrollo de nuevos servicios. Aquí entran en juego especialmente las oportunidades, definidas en el análisis FODA.

Un servicio que busca a mejorar la Alcaldía e INTUR de Somoto-Madriz es el de la oferta y comercialización turística de la comunidad Icalupe, así mismo desarrollar o implementar nuevos servicios relacionados con hospedaje y restauración dentro de esta, aumentando la visita de turistas en la zona, donde los beneficiarios vendrían siendo los habitantes de la misma.

2.5 Incorporación del marketing relacional a la estrategia



El marketing relacional es entendido como el proceso de establecer o cultivar las relaciones con los clientes, creando vínculos de beneficios para cada una de las partes. (Acerenza 2006) Se trata de establecer, mantener y desarrollar las relaciones con los clientes actuales.

Por lo tanto es de suma importancia para la comunidad crear vínculos con los visitantes, para que motiven a todos aquellos que no visitan la zona motivándoles e instándoles a hacerlo.

Esto se consigue con una estrategia tan sencilla, como hacer las cosas bien en todos los ámbitos que competen, para que el cliente quede tan satisfecho que desee repetir su visita, tal y como pasa en muchos sitios turísticos del país.

Esta estrategia se refiere al mantenimiento de las zonas turísticas, a dar indicaciones o repuestas completas, reales a las preguntas en definitiva, a crear un servicio turístico por excelencia para que cualquiera que visita Icalupe vuelva y de paso que regrese con un amigo o un familiar.

Estrategia de segmentación

Para conseguir una cuota de mercado alta y a la vez poder satisfacer al mayor número de clientes potenciales, se realiza una segmentación de mercado en grupos de consumidores relativamente homogéneos respecto a distintos criterios, con el fin de poder desarrollar para cada uno de esos segmentos estrategias de marketing diferenciadas.

Los turistas se clasifican según unos criterios de segmentación que están divididos entre generales y específicos (fácilmente medible o difíciles de medir), objetivos, subjetivos.

Plan de distribución

La función básica de la distribución o canal de marketing consiste en trasladar el producto o servicio hasta el consumidor, permitiendo su disponibilidad e informando de las características y prestaciones que ofrece.



Los canales de marketing no solo realizan una labor de intermediación entre proveedores o clientes, sino que también son asesores de viaje, aparte de influir en los costos, hoy en día los canales de distribución apoyan y permiten la diferenciación de destinos turísticos, añadiéndole valor, contribuyendo a mejorar su imagen. Los tipos de distribuidores de la comunidad Icalupe pueden ser:

- **Agencias de viajes.**
- **Tour operadoras o agencias mayoristas**
- **Las agencias minoristas**
- **Hoteles**

Existen otros canales de distribución los cuales también cada vez están tomando más poder en mercado turístico como:

Directos: todos aquellos canales donde no hay intermediarios, adaptando la fórmula de productor-consumidor. Cada vez más los consumidores se convierten en más independientes y sofisticados, utilizando diversos métodos para organizar sus viajes.

Plan de comunicación

La comunicación es una de las variables del marketing bajo la cual se integran una serie de elementos que deben actuar de forma conjunta y coordinada ayudando a construir una identidad propia, proyectando una imagen adecuada de la comunidad. La promoción de los destinos turísticos implica el desarrollo de los canales de comunicación con los clientes u otros grupos de interés.



Metodología

En el siguiente acápite se presentan las diferentes fases metodológicas por las que atraviesa dicha investigación. La metodología para realizar este trabajo constó de herramientas de recolección de datos, las cuales facilitan la información necesaria para determinar la situación actual de la comunidad Icalupe; permitiendo evaluar la principal problemática y posibles soluciones al problema.

Tipo de Estudio

El estudio es de tipo cualitativo, puesto que se identificaron los atractivos naturales, culturales existentes en la comunidad, se obtuvo información detallada sobre el estado actual de los mismos, de igual manera se representó gráficamente en porcentaje para hacer las medidas exactas de las entrevistas lo que permitió elaborar una propuesta de desarrollo turístico sostenible a través de la promoción y comercialización turística de la comunidad Icalupe.

Universo de estudio

El escenario utilizado para la realización de la presente investigación fue la comunidad de Icalupe, un lugar con numerables recursos naturales, culturales e históricos, apto para el desarrollo del turismo rural y comunitario, turismo de aventura y ecoturismo; con actividades adecuadas para todo tipo de turistas.

Localización o área de estudio

La comunidad Icalupe, se encuentra ubicada en el municipio de Somoto, Madriz, exactamente a 30 kms al noroeste de Somoto, así mismo en la zona existen varias fincas agro turísticas, donde los habitantes prestarán diversos servicios tales como: alojamiento, alimentación, etc.



Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizaron diferentes formas de trabajo y libros, así como entrevistas, uno de los libros más utilizados para la elaboración del presente proyecto es el libro titulado: "Promoción turística un enfoque metodológico" de (Miguel Ángel Acerenza)

Encuesta

La encuesta tiene la finalidad de adquirir una información específica acerca de los recursos con los que cuenta la comunidad. Este instrumento fue creado por fuente propia, con preguntas cerradas fáciles de comprender y contestar; dicho instrumento fue aplicado a la población de la comunidad Icalupe.

Entrevista

La entrevista se utiliza para profundizar un tema, se dirige a personas que por sus características y sus condiciones manejan información importante en una investigación.

Este instrumento de recopilación de información fue creado por fuente propia y aplicado tanto a la población de la comunidad Icalupe como a la Alcaldía de Somoto, principalmente al delegado departamental del INTUR (Instituto Nicaragüense de Turismo) de Somoto, Madriz.

Etapas de la investigación

Las etapas de la investigación permitieron realizar el proceso de elaboración de los instrumentos, para llevar a cabo la redacción del presente proyecto, las cuales se presentan a continuación:

Etapas exploratoria

En esta fase se recolectó información la cual fue brindada de parte de la Alcaldía de Somoto e INTUR (Instituto Nicaragüense de Turismo) del mismo municipio, posteriormente se realizó una exploración personal en la comunidad Icalupe con el



fin de constatar la información ya obtenida, para la realización de la evaluación preliminar del lugar y sus recursos.

Durante esta etapa de observación se utilizaron diferentes instrumentos para el levantamiento de datos los cuales eran, libreta de mano, lápiz, cámara fotográfica, recorridos guiados, todo esto para poder obtener una buena lectura del objeto de estudio.

También se logró conocer a manera general cuales eran los principales problemas en cuanto a la parte turística y que es lo que realmente se necesita para que tanto la comunidad como sus recursos turísticos sean identificados en el mapa turístico departamental de Madriz.

Elaboración de instrumentos y levantamiento de datos

En esta fase se elaboraron, admitieron, luego se emplearon entrevistas y encuestas a los pobladores, guías de la comunidad, funcionarios de la Alcaldía de Somoto y autoridades de INTUR (Instituto Nicaragüense de Turismo) a un aproximado de 18 prestadores de servicios, quienes facilitaron la información necesaria para la elaboración de este documento.

Análisis y ordenamiento de datos

Esta etapa permite procesar la información obtenida a través de las entrevistas aplicadas, a la vez que da la oportunidad de corregir los planteamientos bases del proyecto y conocer cuáles son las necesidades principales de la comunidad.

Análisis de acuerdo a los objetivos

El objetivo principal de esta investigación consiste en Crear estrategias de promoción y comercialización turística de la comunidad Icalupe, lo cual le permita venderse como un destino turístico del norte de Nicaragua.

Para esto fue necesario hacer contacto con autoridades del INTUR Somoto y con personalidades de la comunidad para obtener la ayuda necesaria tanto para el



alojamiento como para la movilización hacia el destino, conocer cuáles eran las principales necesidades que tenía dicho lugar.

De esta manera se logró constatar que esta comunidad cuenta con sitios, que se pueden ofrecer para el disfrute de turistas nacionales y extranjeros, así como para aquellas personas o universidades que quieran hacer estudios o realizar alguna investigación en la línea que se desee.

Como una estrategia para aumentar la demanda de turistas nacionales y extranjeros al sitio del proyecto, la Alcaldía y el INTUR se proponen la promoción de un paquete turístico que incluya el Cañón de Somoto, el Parque Ecológico Municipal Piedras Pintadas y El Centro de Interpretación Ambiental, combinados con otros sitios del departamento, a fin de armonizar y complementar la oferta de los diferentes atractivos turísticos que comprende la ruta del café.

En cuanto a la promoción (creación de un spot publicitario) se utilizarán programas como cinema 4D y Sony vegas por la eficiencia y la calidad en cuanto al trabajo final que se presentará, además son programas que son muy viables en cuanto a la creación, edición de videos y animaciones gráficas.

Así mismo se crearán otras formas de promoción como es la creación de brochure, photoshop, y la creación de una página web la cual se pueda estar manejando desde las oficinas del INTUR o alcaldía para hacer la propaganda semanal de los paquetes que se desarrollen.



Cuadro de operacionalización de objetivos específicos

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Preguntas orientadas	Instrumentos
<p>Diseñar estrategias de promoción turística a implementarse en la comunidad de Icalupe.</p>	<p>Tipo de estrategias para promoción turística. (Estrategias a usar)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Spot publicitario • Brouchure • Página web • Paquetes turísticos 	<p>¿Cuáles son las estrategias más recomendables para promocionar turísticamente la comunidad Icalupe?</p>	<p>Encuesta Entrevista</p>
<p>Elaborar un paquete turístico para la comunidad de Icalupe, Somoto-Madriz.</p>	<p>Paquetes y circuitos turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos naturales e históricos. • Atractivos socio-culturales. • Agroturismo • Turismo rural comunitario. 	<p>¿Cómo se comercializara el paquete turístico promocional de la comunidad Icalupe? ¿Qué resultados se esperan de la aplicación de estas estrategias de promoción turística?</p>	<p>Encuesta</p>



Capítulo III: Resultados

3.1 Estrategias de promoción y comercialización turística

Tras la definición de los objetivos esta fase consiste en la selección y definición de las estrategias de marketing que es preciso desarrollar para alcanzar los objetivos fijados.

La estrategia de una organización (ciudad) es un conjunto de acciones encaminadas a la consecución de una ventaja competitiva sostenible al tiempo y defendible frente a la competencia, mediante la educación entre los recursos del destino y su entorno a fin de satisfacer los objetivos de los grupos implicados. (Munuera y Rodríguez, 1998). Por lo tanto de esta definición se sacan tres componentes básicos:

- a. La necesidad de alcanzar una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia.
- b. La importancia de la educación entre los recursos de la comunidad Icalupe y su entorno como fuente de ventaja competitiva.
- c. La satisfacción de los participantes en la comunidad como fin último de la estrategia del destino.

3.1.1 Estrategia para el desarrollo de ventajas competitivas

Relacionándolo con marketing esta estrategia posibilita cambiar la posición competitiva de la comunidad, brindándole además las posibilidades de obtener mayores beneficios debido a que el mercado (turistas) puede llegar a aceptar precios más elevados en virtud del servicio que se le ofrece. Aprovechando sus puntos fuertes para marcar la diferencia, tales como:

- Inevitable belleza y atractivo paisajístico tales como bosques de robles y pinos combinados con hermosas montañas, potenciando esta imagen de la comunidad Icalupe para ser un referente por encima de sus competidores.

- 
- Recursos naturales, culturales e históricos, además de ser una comunidad rica en mitos y leyendas.
 - El hecho de ser una pequeña comunidad brinda la ventaja de poder ser recorrida a pie, siendo además de fácil acceso.
 - Disposición por parte de los habitantes a recibir visitantes en la zona.
 - Fácil acceso ya sea por transporte interurbano o vehículo particular (propio).

3.1.2 Segmentación y posicionamiento

Por la tanto la segmentación de mercado para la comunidad Icalupe está dentro del general, por ser una comunidad rural, abierta para todo público que desee realizar turismo rural comunitario, disfrutar de la naturaleza, la cultura e historia de la misma. Igualmente es un sitio rico en petroglifos, por lo tanto apto para la realización de estudios científicos para todo aquel que desea hacerlo y enriquecerse de conocimientos tanto culturales como históricos.

3.1.3 Estrategia de posicionamiento

Tras realizar la fase del proceso de segmentación, la siguiente corresponde a la de posicionamiento de la comunidad Icalupe. Este término es utilizado en marketing para definir el acto de diseñar una oferta e imagen destinada a ocupar un lugar en la mente del consumidor (Eliza Garate, 2003). Para esto hay que tener en cuenta las fortalezas y las debilidades de la comunidad.

3.2 Marca de la comunidad Icalupe

Icalupe tendrá que diferenciarse como un producto (destino turístico) único, el propósito es su marca sirva como herramienta fundamental para conseguir su objetivo de posesionarse en el mercado, a través de una imagen visual que la identifique, es decir que haga reconocer fácilmente todos sus productos y servicios ante un público objetivo y la diferencia ante sus competidores.



Se decidió elegir esta marca, puesto que anteriormente la comunidad no contaba con una marca establecida, la cual la representara. Por lo tanto a través de varios diseños, se optó el que representara más características de la comunidad. Esto se hizo a través de una encuesta realizada personalmente a la población de la comunidad y a algunos funcionarios de INTUR.

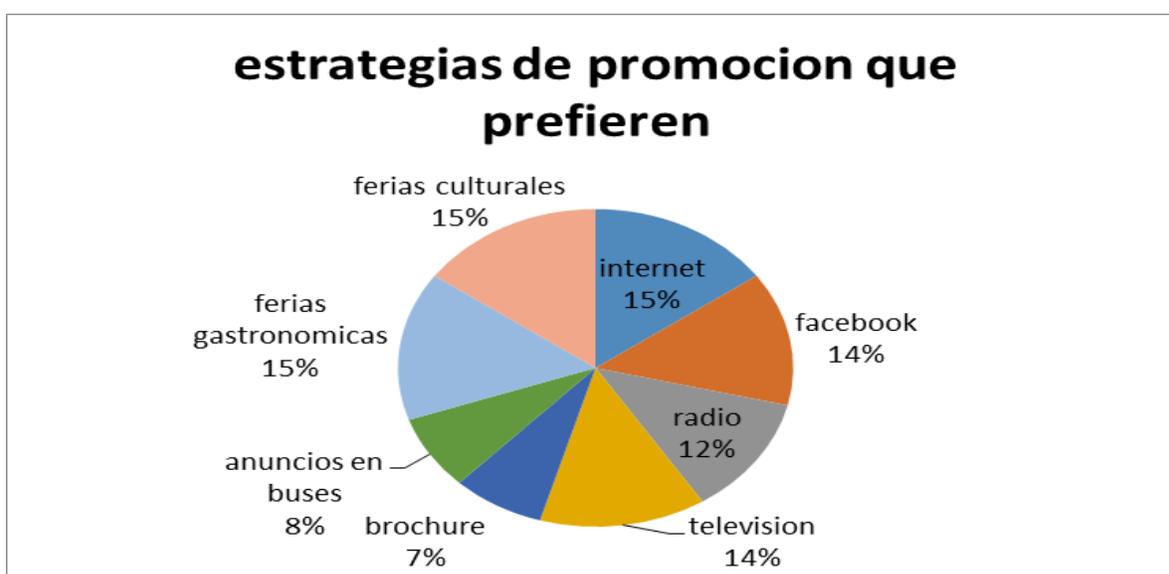
Finalmente se llegó a la conclusión de que la marca “ICALUPE Cerro de los nancites” con colores verdes y marrones, representa de manera sencilla y objetiva las características con las que cuenta de la comunidad Icalupe, siendo esta la más seleccionada por los encuestados.

3.3 La publicidad

Es un método de comunicación cuyo emisor (la comunidad) controla totalmente el mensaje y lo hace llegar, de forma impersonal, simultánea mediante intercepciones en medios masivos de comunicación a un amplio conjunto de clientes potenciales.

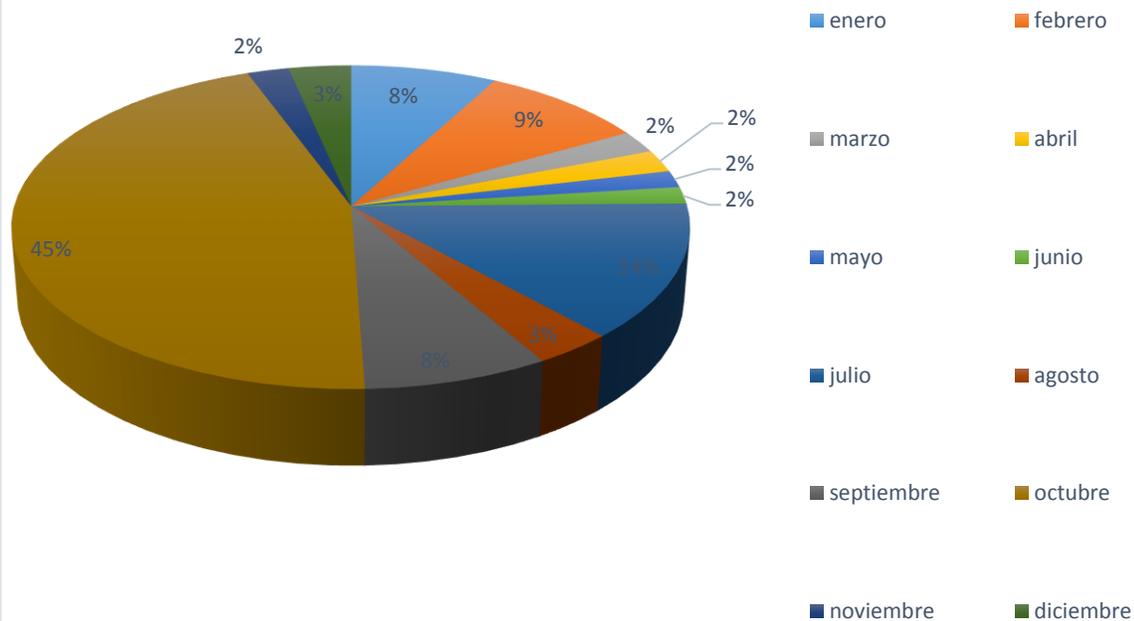
Actualmente la información con la que se cuenta de la comunidad Icalupe es el de un diagnóstico realizado por el INTUR (Instituto Nicaragüense de Turismo) de Somoto-Madriz. Además de contar con páginas web las cuales no poseen la información debida para promocionar y conocer más acerca de dicho sitio.

Por lo tanto es necesaria la implementación de nuevas estrategias turísticas para la promoción y comercialización de la zona dando a conocer los recursos tanto naturales como paisajísticos, culturales e históricos del área.



Este primer grafico representa los mayores porcentajes en cuanto a la preferencia de estrategias de promoción turística a implementarse en la Comunidad Icalupe.

Cantidad de visitantes que llegan a la comunidad Icalupe



El segundo grafico representa la cantidad de turistas que visitan la comunidad Icalupe, siendo más visitada en el mes de octubre con un 45% de visitas.

Con los resultados reflejados anteriormente se pasó a la aplicación, implementación y elaboración de las estrategias deseadas, obteniendo un mayor porcentaje la utilización del internet para la promoción y comercialización turística del área con un 15% cada una de las opciones, en cuanto a los meses de afluencia de turista, siendo el mes más visitado febrero con un 36% de turistas.

3.4 Estrategias de promoción turística a implementarse en la comunidad Icalupe.

Una vez definidas las estrategias de promoción turística a implementarse para la Comunidad Icalupe, se procedió a la elaboración de las mismas.

Spot publicitario

En cuanto a la promoción (creación de un spot publicitario) se utilizaran programas como cinema 4D, After Effects y Sony vegas por la eficiencia y la calidad en cuanto al trabajo audiovisual final que se presentara, además son programas que son muy viables en cuanto a la creación, edición de videos y animaciones gráficas.

En este proceso se empezó con una fase de grabación audio visual de los principales atractivos turísticos y todos aquellos elementos representativos de la comunidad con el fin de proyectar las características elementales.

Consecuentemente se continuó con la fase de edición audiovisual para agregar efectos y sistematización grafica al video spot.



Así mismo se crearan otras formas de promoción como es la creación de un brochure informativo de la comunidad y la creación de una página web la cual se pueda estar manejando desde las oficinas del INTUR o alcaldía para hacer la propaganda semanal de los paquetes que se desarrollen.

Brochure

El brochure se diseñó utilizando programas de edición grafica como lo son Adobe Photoshop y Adobe InDesign, esto con el fin de garantizar la mayor calidad en colores y diseño.

Primeramente se estableció la estructura del diseño, tomando en cuenta la ubicación de la información básica de los principales recursos con los que se cuenta, la información de cómo llegar y los contactos. Posteriormente se diseñó una presentación sencilla pero atractiva que motive al lector a primera vista. Posteriormente en la parte interior del tríptico se añaden las imágenes representativas de cada destino con su respectiva información básica, utilizando colores básicos y bajos con la finalidad de no aturdir la vista del lector.

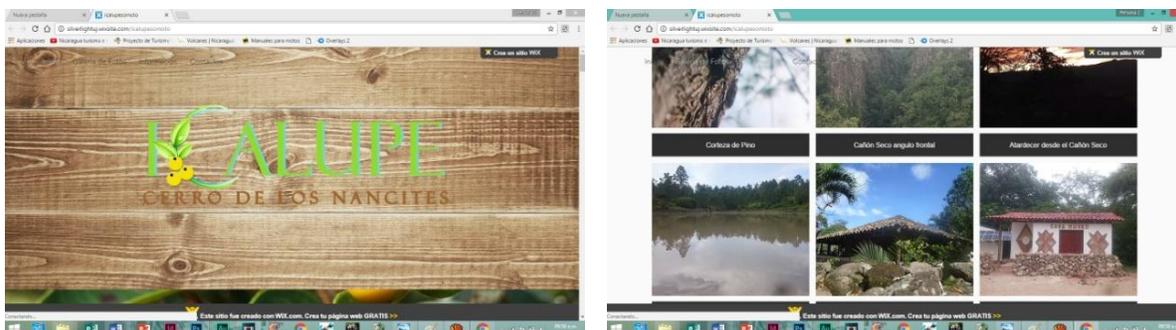


Página web

Referente al diseño de la página Web, se utilizaron recursos alternativos online, apoyándose en WIX.com, la cual su función es crear páginas web personalizadas, además de eso es de acceso gratuito.

Para el diseño se tomaron en cuenta los principales atractivos de la comunidad y la información básica de la zona, incluyendo también el logotipo que fue diseñado con anterior por fuente propia.

La página corresponde al link: URL: silverlightuj.wix.icalupesomoto



Para el diseño de la plantilla, se tomaron en cuenta la gama de colores a utilizar, puesto que es necesario que la persona que visita la página, de primer momento observe un ambiente agradable y lo que puede encontrar en la comunidad, es necesario atraer la atención de las personas a través de algo que ellos puedan ver; por tal razón se incluyó a mitad de la página una galería de fotos complementarias de la comunidad.

Por último se procede a escribir al final la información de la comunidad y los contactos a avocarse para poder llegar.

3.5 Paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz.

Paquete Turístico

Según algunos antecedentes del turismo se dice que el primer personaje en crear la comercialización de paquetes fue Thomas Cook, en un viaje para 540 personas y así instalarse como un organizador de viajes y crear la primer tour operadora.

Algunos pasos a tomar en cuenta son los siguientes:

1. **Etapas previas** (Levantamiento de Información)

Para esta faceta se visitó cada uno de los lugares que se incluirían en el paquete para conocer la situación actual del lugar y su condición, así mismo se levantó una serie de documentos como la entrevista y la encuesta.

2. **Investigación de Mercado:** Interés del Viajero, Perfil del pasajero (datos precisos)

En cuanto a la segmentación de mercado solo se valoró los tipos de recursos que posee el área, las condiciones del clima, así se hizo el auto valoración hacia qué tipo de mercado se podía hacer la influencia y el paquete.

3. **Investigación del Producto:** Investigación de la Ruta Turística, tiempos, destinos, vías de acceso.

Al estar viajando hacia el destino y conocer los diferentes puntos a tomar en cuenta se pudo hacer un diagnóstico en cuanto al tiempo, los recursos con que cuenta, los patrimonios tanto culturales como históricos.

En el siguiente paquete creado por fuente propia, se tomó en cuenta cada uno de los aspectos que se necesitan para ofertar un destino y cada uno de los servicios que se necesitan para el buen disfrute de los turistas.

Se creó un paquete para dos días y una noche el cual lleva por nombre: **“UN VIAJE MÁGICO LLENO DE CULTURA Y TRADICION”**

Primer paquete

Primer pax: 15

precio: \$ 25

segundo pax: 10

Precio: \$ 30

Duración: 2 días

Incluye:

Transporte

Almuerzo

Cena

Desayuno

Alojamiento

Visita taller de rosquillas

Iglesia de Somoto

Museo (casa de cultura)

Visita parque ecológico piedras
pintadas

Visita parque cañón seco

Visita la comunidad Icalupe y disfruta de un viaje inolvidable, lleno de cultura, tradición, historia, naturaleza donde podrás deleitarte con hermosos paisajes, rico ambiente familiar y gozar de un servicio agradable 100% único.



Segundo paquete

Tercer pax: 5-15

precios: \$ 25, \$30, \$ 45

Duración: 1 día

Incluye:

Transporte

Almuerzo

Visita taller de rosquillas

catedral de Somoto

Museo (casa de cultura)

Visita parque ecológico piedras

pintadas

Visita parque cañón seco

Visita la comunidad Icalupe y disfruta de un viaje inolvidable, lleno de cultura, tradición, historia, naturaleza donde podrás deleitarte con hermosos paisajes, rico ambiente familiar y gozar de un servicio agradable 100% único.



Cada paquete turístico va acompañado con su respectivo itinerario

Itinerario 2 días.		
Primer día		
Actividad	Lugar	Hora
Salida desde la ciudad de Estelí	Parque central	06:00 am
Recorrido por taller de rosquillas Vílchez.	Somoto	08:00 am a 08:45 am
Recorrido por casa de cultura y la iglesia catedral de Somoto	Somoto	09:00 am a 09:45 am
Salida hacia la comunidad de Icalupe	Somoto	10: 00 am
Llegada a la comunidad de Icalupe recibimiento en la casa museo y visita guiada	Icalupe	11:30 am
Almuerzo	Icalupe	12:00 m a 01:00 pm
Salida hacia el parque ecológico piedras pintadas	Icalupe	01:15 pm
Caminata en el parque ecológico piedras pintadas, visita a la cueva el toro, mirador la roca y piedras pintadas (guiado)	Icalupe	01:30 pm
Regreso a la comunidad.	Icalupe	04:30 pm
Cena	Icalupe	05:00pm a 06:00 pm
Noche cultural	Icalupe	07:00 a 08:30 pm
Tiempo de dormir, opcional	Icalupe	08:30 09:00



Segundo día		
Desayuno	Icalupe	08:00 am 09:00
Caminata hacia el cañón seco. (Guiado)	Icalupe	09:00 am
Refrigerio en la comunidad	Icalupe	10:30 am
Salida de Icalupe hacia Estelí	Icalupe	11:00 am



Itinerario 1 día		
Actividad	Lugar	Hora
Salida desde la ciudad de Estelí	Parque central	06:00 am
Recorrido por taller de rosquillas Vílchez.	Somoto	08:00 am a 08:45 am
Recorrido por casa de cultura y la iglesia catedral de Somoto	Somoto	09:00 am a 09:45 am
Salida hacia de Somoto hacia la comunidad Icalupe	Somoto	10: 00 am
Llegada a la comunidad de Icalupe recibimiento en la casa museo y visita guiada	Icalupe	11:30 am
Almuerzo	Icalupe	12:00 m a 01:00 pm
Salida y caminata hacia el Cañón Seco	Icalupe	01:15 pm
Regreso a la comunidad.	Icalupe	01:30 pm
Caminata en el parque ecológico piedras pintadas, visita a la cueva el toro, mirador la roca y piedras pintadas (guiado)	Icalupe	02:00 pm
Salida de Icalupe hacia Estelí	Icalupe	05:00pm a 06:00 pm



ICALUPE

CERRO DE LOS NANCITES

“UN VIAJE MÁGICO, LLENO DE
CULTURA Y TRADICIÓN”

PAQUETE TURISTICO:

15 Personas.....	U\$ 15 C/U
10 Personas.....	U\$ 30 C/U
5 Personas.....	U\$ 45 C/U

DURACIÓN:

2 días y 1 noche

INCLUYE:

Transporte
Alojamiento
Alimentación
Entrada a los destinos
Visita a Casco Urbano de
Somoto



INFO:

Cel: (+505) 84245275

Web: <http://wixsite.com/icalupesomoto>

Facebook: Icalupe, Somoto



3.6 Ejecución de las estrategias

Una vez definidas las estrategias se requiere implementarlas, para llevar a cabo una estrategia la organización que gestiona el destino turístico debe contar con los recursos adecuados. Los planes no valen nada hasta que no son aplicados de forma efectiva.

3.7 Control

Por último el plan de marketing estratégico de la comunidad Icalupe requiere un proceso de seguimiento de las acciones emprendidas. El control del plan implica analizar si dichas acciones producen los resultados esperados.

Para la realización de las estrategias a implementarse en la comunidad Icalupe fue necesaria la aplicación de instrumentos como lo son entrevistas y encuestas dirigidas a algunos pobladores de la comunidad y lo que conllevó a los siguientes resultados.

Cabe mencionar que durante todo el tiempo de estadía en la comunidad se realizaron actividades que hacían parte de nuestra estrategia de acercamiento con los pobladores y con el medio ambiente, para lo cual se realizaban acciones como animación turística con los y las niñas, jóvenes y adolescentes de la zona, la inclusión de juegos tradicionales, actividades culturales (veladas culturales), así mismo se realizaban presentaciones o mejor dicho noche de cine en las cuales se presentaba películas con significado tanto ambiental como comedias y mensajes acerca de una buena convivencia.

Por otra parte se ayudó en la elaboración de señales o señalización para los dos geo sitios con que cuenta la comunidad, ya que era casi nula esta parte y los turistas no podrían hacer un recorrido, en esta parte se contó con la ayuda de algunos de los guías, como un punto extra se hicieron reuniones con los guías de la comunidad para poder estructurar una comisión de los mismos para obtener un



objetivo como comunidad de aumentar la afluencia de turistas a la zona y estar bien organizados donde cada uno pueda tener un puesto dentro de la cooperativa.

De igual manera se ayudó en la organización de algunas de las actividades de la comunidad Icalupe como fue la feria gastronómica, donde se realizó un montaje en celebración a la conmemoración al día de la resistencia indígena, llevándose a cabo la dramatización de cinco leyendas propias de la zona.



Conclusión

El viaje forma parte de la vida de millones de personas. Según la OMT (Organización Mundial del Turismo). La incidencia que el turismo tiene a nivel nacional se puede extrapolar sin duda alguna a las diferentes comunidades, municipios de Nicaragua, que poseen todos ellos atractivos o recursos turísticos singulares, relevantes, capaces de motivar, suscitar el interés en los turistas, provocar su desplazamiento hasta el destino y generar riqueza.

La mayoría de las comunidades nicaragüenses ha visto, la importancia que el turismo tiene dentro de sus economías locales, han aprovechado la oportunidad para desarrollarse, algunos más que otros, los productos turísticos competitivos y de calidad que perduren en el tiempo y que sigan siendo rentables.

Hoy en día la enorme competencia existente entre los diferentes destinos nacionales e internacionales que obliga a las entidades locales a desarrollar nuevos productos turísticos capaces de satisfacer plenamente las expectativas de los turistas, a promoción y comercializar sus productos o servicios turísticos locales, rediseñar y a readaptar productos maduros cuyo atractivo se agota o resulta demasiado visto.

Si hay un sector que realmente ha cambiado ha sido el sector del turismo, no solamente por la forma de publicitarse o promocionarse sino por la necesidad de conversión de destinos opacos, mudos, en destinos conectados. El desarrollo de las nuevas tecnologías ha generado que los usuarios sean los principales protagonistas, antes, durante y posteriormente a la realización del viaje.

Cuando hablamos de la importancia de las nuevas tecnologías aplicadas al turismo, no solamente hablamos de proporcionar conectividad al viajero sino de ser facilitadores de información, contenido de calidad, buena usabilidad de las plataformas y presencia más allá de las habituales herramientas sociales, también en nodos específicos que favorezcan la interacción.



Es conocido que toda estrategia dirigida a la promoción de un destino turístico debe trabajar en el objetivo de generar en el viajero una experiencia satisfactoria que refuerce sus lazos emocionales con el destino y favorezca así la recomendación pero el esfuerzo ahora debe ser mayor, debemos salir de la cómoda postura de ser simples ofertadores de destino y abrir el abanico para atender las múltiples posibilidades que el usuario tiene de llegar hasta nosotros.

No hay que olvidar que los turistas ahora toman sus decisiones de compra mientras construyen sus expectativas y esas expectativas, no solo están en un paisaje, plato o habitación de un álbum en una red social, el panorama digital es muy amplio y el usuario por naturaleza, cada vez más curioso.

Por lo tanto a través de la elaboración de esta investigación se reflexiona sobre el estudio realizado para elegir las pautas que guíen a la Comunidad Icalupe hacia el futuro deseado, además de incidir en su mejoramiento económico, así mismo abordar de una forma coherente el impacto socio-cultural del turismo en la misma. Pero con un mecanismo que permita mantener una visión de futuro, garantizando que se avanza en el sentido o futuro deseado.

Es por eso que podemos decir que si se logró con los objetivos deseados en el transcurso de esta investigación y logramos llevar a cabo cada una de las estrategias de promoción que más se pueden aplicar en la comunidad de Icalupe, así como contribuir con los aspectos deseados.



Recomendaciones

Parte de las recomendaciones que brindamos para cada una de las personas con las cuales se trabajó a lo largo de este semestre y durante la elaboración del presente proyecto son:

- Formar una cooperativa en la que se establezcan las directrices para tener una buena coordinación. (dirigida a los guías de la comunidad Icalupe).
- Crear las condiciones para una mejor estadía de los turistas, acondicionamiento de los cuartos y áreas de camping. (dirigida a los dueños de las diferentes fincas agro turísticas).
- Crear un equipo de trabajo para mantener siempre bien acondicionado los senderos y las señales existentes. (dirigida a los guías de la comunidad Icalupe e INTUR).
- Al (INTUR) Instituto Nicaragüense de Turismo terminar con la preparación de los guías turístico, que se empezó y no lo han concluido.
- INTUR, ayudar en la difusión del video que se elaboró como parte del trabajo de seminario de graduación.
- Apoyar en la impresión del brochure elaborado por los estudiantes de turismo sostenible. (INTUR)
- Difundir por sus medios la marca ICALUPE (INTUR).
- Institucionalizar las ferias que se realizan en la comunidad y dejar las fechas bien establecidas. (INTUR, Alcaldía y comunidad).
- Realizar capacitaciones y asesoría a los dueños de las fincas agro turísticas. (INTUR).



Bibliografía

- Castro, R. Q. (2010). *Elementos del Turismo: Teoría, Clasificación y Actividad*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Collantes, X. R. (2000). *Programas de Ideación publicitaria*. Barcelona, España: Servei de Publicacions de Valencia.
- Intur.Gob. (09 de Septiembre de 2016). *Estadísticas de Turismo*. Obtenido de <http://www.intur.gob.ni/estadisticas-de-turismo/>
- Kotler, P., Bowen, J., Rufín Moreno, R., & Paz, R. (2004). *Marketing para Turismo*. Madrid, España: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Marketing, E. d. (lunes de noviembre de 2015). <http://defharo.com/marketing/spot/>. Obtenido de <http://defharo.com/marketing/spot/>: <http://defharo.com/marketing/spot/>
- Rainforest Alliance. (2005). *Buenas practicas para Turismo Sostenible*. Ecuador.

Anexos

Ficha de atractivos turísticos	
Nombre: Piedras pintadas	
Categoría: 2. Manifestación cultural	
Tipo : Histórico	
Sub tipo: Vestigio Arqueológico	
Información del atractivo	El lugar conocido como Piedras Pintadas, consiste en un farallón de unos 15 metros de altura, en el que están representadas una cantidad de figuras y simbologías que describen escenas rituales y costumbres de nuestros antepasados

Anexo #1: Ficha de atractivos turísticos 1

Fuente: Propia



Ficha de atractivos turísticos	
Nombre: Peldaños en roca	
Categoría: 2. Manifestación cultural	
Tipo : Histórico	
Sub tipo: Vestigio Arqueológico	
Información del atractivo:	Se aprecian marcas en piedra, de la ruta de acceso de los pobladores

Anexo #2: Ficha de atractivos turísticos 2

Fuente: Propia



Ficha de atractivos turísticos	
Nombre: Cañón Seco	
Categoría: 1. Natural	
Tipo : Formación Geologica	
Sub tipo: Cañon	
Información del atractivo	

Anexo #3: Ficha de atractivos turísticos 3
Fuente: Propia



Ficha de atractivos turísticos	
Nombre: Cueva el toro	
Categoría: 1. Sitio Natural	
Tipo: Fenómeno	
Sub tipo: Cueva	
Información del atractivo	<p>Existen varias cuevas, en diversos sitios de la comunidad. Hay de diferente tamaño, hasta de 100 metros de profundidad.</p> <p>En esta se encuentran algunos murciélagos conocidos como murciélago vampiro.</p>

Anexo #4: Ficha de atractivos turísticos 4
Fuente: Propia



Ficha de atractivo turísticos	
Nombre: Casa museo	
Categoría: Manifestación Cultural	
Tipo Realización Artística contemporánea	
Sub tipo Museo	
Información del atractivo	Es un sitio en el cual se pueden observar parte de los diferentes objetos y utensilios que se han utilizado a lo largo de historia

Anexo #5: Ficha de atractivos turísticos 5
Fuente: Propia



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN-MANAGUA, FAREM- Estelí

Turismo Sostenible

ENTREVISTA

Hola buenos días somos estudiantes de la facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM ESTELI. El motivo de la presente entrevista es para conocer cuál es su opinión acerca del turismo en la comunidad de Icalupe y cuáles son sus perspectivas con respecto a este tema y así incluirlo en nuestro trabajo de seminario de graduación:

Nombre del entrevistador:

Nombre del entrevistado:

1. Cómo valora las vías de acceso y el transporte hasta la comunidad
2. Hábleme acerca de la comunidad de Icalupe y cuáles son los servicios básicos con los que cuenta.
- 3.Cuál es la principal actividad económica de la comunidad.
- 4.Cuál es la principales problemas de Icalupe

Hablando de turismo.

5. Que entiende por turismo.
No conoce mucho sobre turismo, pero si había escuchado que se iba a trabajar con fincas agro turísticas pero nada de eso paso.
6. Que entiende por promoción turística.
No sé nada
7. Como cree usted que crecería el turismo en la comunidad.
Cueva el toro, cueva hedionda, piedras pintadas, casas pintadas, el cañón seco, etc.
8. Que conoce acerca de promoción turística.
Solo sé que es algo que promueve un lugar
9. Existe algún tipo de promoción turística y en que se basaba.
No conoce nada.
- 10.Cuál cree usted que sería la mejor manera de promocionar la comunidad y sus destinos. (que medios utilizaría usted).
11. Cómo describiría los recursos que posee Icalupe.
12. Que actividades se pueden realizar en el área

Y hablando de servicios turísticos

13. Con que tipo de servicios turísticos cuenta la comunidad
14. Cómo valora los servicios turísticos de la comunidad?

Anexo #6 Entrevista



**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-MANAGUA, FAREM- ESTELÍ
Turismo Sostenible**

Encuesta dirigida a los prestadores de servicio turísticos de la comunidad

Nombre / Edad:

Empresa:

Teléfono:

Pertenece a algún tipo de asociación / desde cuándo: si _____ No____

Especifique:

Mencione la temporalidad de su empresa Temporada alta:

Cantidad de turistas promedio que recibe al mes: _____ 4. Los visitantes
proviene mayoritariamente de:

Tipo de turistas con el que prefiere trabajar:

- a) No mochilero
- b) clientes regulares
- c) otros _____

Percepción del turismo actual (comparación con otros años):

Ha mejorado____ se ha mantenido____ ha empeorado_____

¿Cómo cree que va a ser la situación del turismo en 10 años?

¿Qué tipo de servicios cree se puede ofrecer a los turistas?

- a) Hospedaje
- b) alimentación
- c) guiados
- d) área de camping

¿Cuáles serían los costos reales de cada servicio?



¿Qué medidas cree que son necesarias para el mejoramiento del turismo?

- a) buena organización en la comunidad.
- b) promocionar el destino al máximo.
- c) apoyo económico para mejorar los destinos y los servicios.
- d) mejoramiento de los miradores y anexar otros circuitos.

¿Cree que es posible un ordenamiento turístico? ¿Cómo podría colaborar con el reordenamiento turístico del área?

¿De las siguientes estrategias de promoción cual prefiere usted que se implemente en la comunidad?

¿Cuál cree que es el sitio más importante para los visitantes?

- a) Cañón Seco.
- b) Piedras Pintadas.
- c) museo de la comunidad.
- d) todas las anteriores.

Anexo #7: Encuesta



Anexo #8: Área de descanso Cañón Seco
Fuente: Propia



Anexo #9: Mirador del Cañón Seco
Fuente Propia



Anexo #10: Farallon de Roca Cañón Seco
Fuente: Propia



Anexo #11: Paisaje Natural desde Cañón Seco
Fuente: Propia



Anexo #12: Entrada principal a Piedras Pintadas
Fuente: Propia



Anexo #13: Planicie vista desde abajo
Fuente: Propia



Anexo #14: Escaleras de roca cueva "El Toro"
Fuente Propia



Anexo #15: Interior de cueva "El Toro"
Fuente: Propia



Anexo #16: Yacimientos Piedras Pintadas
Fuente: Propia



Anexo #17: Alrededor Piedras Pintadas
Fuente: Propia



Anexo #18: Paisaje de Pinos, camino a Icalupe
Fuente: Propia



Anexo #19: Corteza de Pino desde la base
Fuente: Propia



Anexo #20: Laguna Artificial Don Luis
Fuente: Propia



Anexo #21: Diente de León
Fuente: Propia



Anexo #22: Decoración de Casas en Icalupe
Fuente: Propia



Anexo #23: Rancho de Benjamín Sánchez
Fuente: Propia



Anexo #24: Capacitación a niños escolares en Antiguas técnicas de dibujo y pintura (Impartido por alcaldía de Somoto)
Fuente: Propia



Anexo #25: Dramatización Escolar Independencia de Centroamérica
Fuente: Propia