

Estrategias de promoción turística para el Proyecto Geo Parque Río Coco, Departamento de Madriz, durante el II Semestre del año 2015

Adrián Alexander Úbeda Tórrez¹

Jessica Alejandra Arauz Pineda²

Marlen Elizabeth Gutiérrez Blandón³

Aminta Briones Lazo⁴

RESUMEN

El presente estudio investigativo es un trabajo realizado para optar al título de Licenciado en Turismo Sostenible, en este trabajo investigativo se realizó una propuesta de estrategias de promoción turística para el proyecto Geoparque Río Coco, ubicado en la zona norte de Nicaragua, en el departamento de Madriz, en el segundo semestre del año 2015. Es una investigación cualitativa con enfoque descriptivo, ya que se hace análisis de los aspectos generales que engloban cada geosítio integrado a la propuesta de Geoparque. La muestra de la investigación es un muestreo por conveniencia, formado por 12 Geosítios que integraran el proyecto Geoparque Río Coco y 30 visitantes encuestados. Los instrumentos utilizados fueron fichas técnicas, como fueron: Encuestas y Ficha de caracterización de destinos.

Los resultados obtenidos muestran el potencial turístico con el que puede llegar a contar cada uno de los Geosítios que integraran el Proyecto, de igual manera resaltan el Turista potencial al que estaría expuesto el Geoparque Río Coco y por ende detalla las estrategias y acciones más convenientes para promocionar el Geoparque como “Un Destino Atractivo” único en Nicaragua.

Palabras Claves: Geoparque, Geosítios, Promoción Turística, Geoturismo.

¹ UNAN-Managua, FAREM Estelí. Correo Electrónico: ubeda220@gmail.com

² UNAN-Managua, FAREM Estelí. Correo Electrónico: jessicaarauz38@gmail.com

³ UNAN-Managua, FAREM Estelí. Correo Electrónico: marlenguti@yahoo.es

⁴ Docente, UNAN-Managua, FAREM Estelí. Correo Electrónico: brionesaminta@yahoo.com

ABSTRAC

This research study is a work for the degree of Bachelor of Sustainable Tourism in this research we make strategies for tourism promotion for a Geopark Coco River project in northern of Nicaragua in the department of Madriz, in the second semester of 2015. it is a qualitative research with a descriptive approach, because it makes analysis of the general aspects that encompass each integrated to the proposed for Geopark geological site. The research sample is a convenience sample consisting of 12 Geosites serve on the Coco River Geopark project and 30 visitors surveyed. The instruments used were technical specifications, as were: Surveys and characterization Sheet destinations. The results show the tourism potential that can tell each Geosites serve on the project, likewise highlight the potential tourist who would be exposed Geopark Rio Coco and thus details the strategies and actions suitable to promote the Geopark as unique "an attractive destination" in Nicaragua.

Keywords: Geopark, Geosites, Tourism, Geotourism.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las principales actividades económicas del mundo por su capacidad de recuperación frente a la crisis económica, situándose por delante de industrias que tradicionalmente habían dominado, con su tamaño, la economía mundial. En Nicaragua no es la excepción, ya que por poseer impresionantes atractivos potenciales en las regiones geográficas; valiosos recursos naturales, históricos-culturales y humanos, hacen posible el desarrollo de la industria turística, posicionándola en el segundo rubro generador de ingresos, beneficios sociales y medioambientales en el país.

Según estadísticas de la Cuenta Satélite de Turismo en Nicaragua (CSTN) de 2013, el turismo en Nicaragua tuvo un incremento del 3.3 por ciento (40,258 visitantes más que en el 2012), generando un ingreso 417.2 millones de dólares, el principal motivo de viaje al país estuvo detallado por vacaciones o recreo, seguido de visitas familiares y finalmente por negocios. Es por estas

razones, que se están implementando nuevas opciones turísticas en el territorio nacional, con el objetivo de potencializar este aspecto en nuestra nación.

El Norteño departamento de Madriz, es un claro ejemplo de las nuevas iniciativas turísticas del país, ya que en sus 1.602 km², posee altos valles interrumpidos por montañas en donde predominan las frescas temperaturas y en las cuales se encuentran diversos atractivos naturales y culturales, como lo es el Monumental Cañón de Somoto, uno de los principales atractivos de este departamento.

Una de las iniciativas que se están desarrollando en el departamento antes mencionados es la confirmación de aceptación, de un Geoparque por parte de la UNESCO, el cual llevara como nombre “Geoparque Rio Coco”, contando con una extensión de 945.8 m², con una densidad poblacional de 73.18 habitantes por m².

La creación de este Geoparque incluirá 5 municipios del departamento, los cuales estarán: Somoto, Cusmapa, Totogalpa, San Lucas y Las Sabanas, estos cuentan

con atractivos con rasgos, geológicos, arqueológicos, culturales, naturales e históricos, es decir cuentan con los criterios necesario para realizar perfectamente un Geoturismo con diversidad de ofertas.

La aprobación del Geoparque Rio Coco, representara un gran potencial turístico, no solo para el departamento de asentamiento en sí, sino que una u otra manera representara a Nicaragua, en el desarrollo del turismo rural-comunitario, turismo cultural y la implementación de un nuevo tipo de turismo, el cual vendría hacer el Geoturismo, el cual es un concepto relativamente nuevo que hacer referencia a un tipo de turismo sostenible y cuyo objetivo se centra en destacar el patrimonio geológico, la geodiversidad y la biodiversidad de un determinado territorio.

Esta nueva actividad turística dará la pauta, para crear nuevos ingresos a los habitantes del departamento de Madriz, dado que este mostrara el valor geológico de los destinos y de igual manera el valor de las personas que habitan en sus alrededores, realizando así su vida diaria y a la vez

el entorno natural por el cual están rodeados.

Sin embargo, hasta el momento no se ha enfatizado de manera en la cual estos nuevos atractivos serán promocomercializados, debido a la inexistencia de un plan de estrategias de promoción turística, debido a la repentina propuesta de certificación del Geoparque y de la inexistencia de personal capacitado o con conocimientos básicos en la Promoción Turística. Por esta razón surge la elaboración de esta investigación la cual tiene como objetivo general Diseñar estrategias de promoción turísticas, que permitan gestionar la publicidad en cada uno de los Geositios, que integran el proyecto Geoparque Rio Coco.

MATERIALES Y METODOS

Ubicación del área de estudio

La investigación se llevó a cabo en el departamento de Madriz, ubicado en la zona norte del país, Limitando al norte con el departamento de Nueva Segovia, al sur con el departamento de Estelí, al este con Jinotega y Nueva

Segovia y al oeste con el Chinandega y la república de Honduras.

Tipo de Investigación

La presente investigación es cualitativa según su enfoque y descriptiva según su nivel de profundidad, ya que se evaluó la realidad de los Geositios, mediante la aplicación y análisis de instrumentos de recopilación de información.

De igual manera la investigación se constituyó de 4 etapas fundamentales como fueron: Etapa de observación, revisión documental, elaboración de instrumentos y levantamiento de información y por último el análisis de la información recopilada.

Los instrumentos utilizados para la recopilación de datos fueron la encuesta y fichas de caracterización de destinos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta sección se abordará los resultados obtenidos sobre la elaboración de estrategias de promoción turista para el Geoparque Río Coco, que permitan gestionar la publicidad en cada uno de los

Geositios que integraran la propuesta de Geoparque.

Descripción de los Geositios integrados en el proyecto Geoparque Río Coco.

El territorio del proyecto Geoparque Río Coco cuenta con de 12 destinos, los cuales serán reconocidos como Geositios por contar valores geológicos, naturales, arqueológicos, culturales e indígenas, estos valores se distribuyen en 5 municipios del departamento, Somoto, Totogalpa, San José de Cusmapa, San Lucas y Las Sabanas, estos municipios cuentan con la mayor concentración de los recursos expuestos anteriormente, de igual manera se logró conocer que el municipio con referencia al municipio con mayor concentración geológica y arqueológica la cabecera departamental, Somoto, de igual manera es el que cuenta con mayor concentración poblacional y extensión territorial con el que contara el GRC, se destaca. Entre los geositios con mayor potencial del Geoparque se encuentra:

Cañón de Somoto



Fuente: www.panoramio.com

Descubierto en el año 2004 por geólogos checos y nicaragüenses que realizaban estudios en la zona, es considerado como uno de los destinos más visitados en la zona norte de Nicaragua; Formado por cerros de cimas planas a rugosas en forma de extensas mesetas con alturas promedio de 900 msm, cuenta con una geología formada por depósitos aluviales y diferentes tipos de rocas volcánicas como son piro clásticas y andesitas.

Cañón Seco



Ubicado en la comunidad de Icalupe ubicada a 30.2 km al noroeste de la capital departamental de Madriz-Somoto, este Geositio ofrece la posibilidad de contemplar desde las zonas más altas la gran belleza

paisajística mediante los numerosos miradores naturales que existe.

En las zonas más bajas se pueden realizar caminatas contemplando la vegetación, pequeñas quebradas que en invierno cuenta con mayor caudal e incluso sitios extraños como lo es una piedra la cual desborda agua pura durante todo el año, de igual manera es un excelente destino para la práctica de interesantes deportes.

Laguna la Bruja



Fuente: propia, 2015

Ubicada en la comunidad el Pegador municipio de La Sabanas, Es un destino con características geológicas de tipo asfálticas y andesitas con riolita a depósitos dacíticos, las cuales tienen una edad aproximada de 12 millones de años; s una laguna actualmente de origen incierto, aunque los pobladores manejan que esta es de origen volcánico.

Segmento de mercado turístico del proyecto Geoparque Rio Coco.

Mediante la aplicación del instrumento de recopilación de datos como fue la encuesta, se logró identificar los siguientes datos, los cuales fueron

procesados mediante el programa estadístico (IBM SPSS STATISTICS)

Gráfico Nº 4. Perfil del futuro visitante del Geoparque Río Coco



Fuente propia

El perfil de futuro turista del Geoparque Río Coco, estará formado en su mayoría por turistas extranjeros masculinos entre 25 a 30 años de edad con oportunidades de viajar al menos una vez al mes, con atracción así destinos turísticos con recursos naturales y culturales únicos con al menos una comunidad aledaña, en la cual pueda convivir con los habitantes de la comunidad, asimismo, este turista será caracterizado por ser constante en las visitas al Cañón de Somoto y con rasgos a experimentar periódicamente nuevos destinos como Cañón Seco.

3. Análisis FODA del Proyecto Geoparque Río Coco.

Mediante el análisis FODA se identificó amenazas hacia el GRC, entre las cuales se puede acertar claramente la que pudiese llegar a tener más relevancia en el desarrollo del Geoparque Río Coco, la cual es el no contar con un artículo legislativo o una ley que haga énfasis a la protección y conservación del GRC, asimismo, la inexistencia de un plan de desarrollo o un plan de promoción turística.

De igual manera pese a las amenazas y debilidades encontradas en el proyecto Geoparque Río Coco, es importante destacar que este cuenta con grandes recursos tanto naturales como culturales los cuales hacen de este proyecto un destino con gran potencial turístico.

4. Estrategias de Promoción turística.

El objetivo a buscar con la realización de la presente investigación fue presentar una estrategia de promoción turística que contribuya al desarrollo turístico del Geoparque Río Coco una vez aprobada la propuesta, esto se lograra conseguir mediante la promoción y comercialización de los

destinos, logrando así no solo el desarrollo del Geoparque en sí, sino el desarrollo de los municipios integrados al proyecto.

Lo favorable para el proyecto Geoparque, es darlo a conocer no solo como un destino en particular, sino como un “Destino Atractivo” único en Nicaragua, es decir que se mantenga siempre entre las primeras opciones de visita del turista nacional y extranjero al momento de organizar un viaje.

Las estrategias propuestas contaron objetivos fundamentales, los cuales permitirán Potencializar la imagen y promoción del Proyecto Geoparque Rio Coco como un “destino turístico atractivo” único de Nicaragua, ante los turistas Nacionales y Extranjeros

Asimismo, se diseñaron tácticas y controles para una inestimable aplicación.

Estrategias Propuestas.

- **Estrategias de promoción de ventas.**

La presente estrategia se estructuro mediante el diseño de paquetes turísticos los cuales fueron diseñados

mediante métodos por conveniencia, debido a la variabilidad de atractivos los cuales resultan muy complicados al momento de diseñar un paquete general sin que este se torne muy pesado para el visitante, es por esta razón que se diseñó micro paquetes, en los cuales se representaron cada uno de los Geositos del GRC.

Estrategia de venta Planteada.

Nombre de la Estrategia: Servicio todo incluido a través de paquetes turísticos.

Paquetes promocionales con el sistema todo incluido y personalizado a los principales Geositos del proyecto Geoparque Rio Coco.

Esta estrategia pretende Prolongar la estadía del visitante, permitiendo de esta manera maximizar el presupuesto de gasto del mismo, Los paquetes están dirigidos a nicaragüenses, centroamericanos y turistas en general.

- **Estrategia de Publicidad Propuesta.**

La presente estrategia conto con el diseño de 5 acciones o medios de comunicación importantes en la promoción de un destino turístico,

estos fueron propuestos una vez analizado la situación del Geoparque, es decir se buscaron medios de comunicación accesibles para el turista potencial y nacional.

Tácticas de Promoción Planteadas

1. Material impreso

Nombre de la estrategia: Información Turística al alcance de sus manos.

Se reforzará la comunicación o la relación entre el ente regulador del proyecto Geoparque Rio Coco y las personas encargadas de los puntos fronterizos del departamento, con el fin de contar con toda la información necesaria que los turistas necesitan.

Esto con el objetivo de Proveerles toda la información necesaria de los atractivos turísticos del Geoparque Rio Coco a los turistas, a fin de motivarlos a conocer cada destino integrado al proyecto.

2. Publicidad en medios especializados en turismo.

La promoción en medios especializados debe ser más intensa y focalizada al segmento de mercado definido, pero no sin olvidar que el mercado potencial también

representa ingresos sustanciales para la economía del país. Una de las tácticas que se propuso en este apartado se encuentra Realizar publicaciones de media página en full color en las revistas más reconocidas de Nicaragua, entre las cuales destacan (Anda Ya Nicaragua, Visita Nicaragua y la revista general turística creada por el Instituto Nacional de Turismo de Nicaragua INTUR).

3. Publicidad mediante cuñas radiales.

Propuesta con el objetivo de Establecer toda la información sobre el Geoparque sus atractivos turísticos, servicios, entre otros, en cuñas radiales a nicaragüenses, centroamericanos residentes en el departamento de Madriz y turistas extranjeros en general, para permanecer siempre al alcance de todos los radios escucha de la radio a proponer.

De igual manera se propuso realizar un estudio sobre las radios con mayor audiencia en el departamento, para apuntar toda la información del Geoparque en las radios más escuchadas.

4. Diseño de broshur para potencializar la oferta turística.

Para el diseño de los broshur se propone, que estos deberán estar a cargo de empresas expertas en el diseño de los mismos, los diseños tienen que ser sencillo pero novedoso, capaz de atraer la atención de los turistas por medio de una imagen atractiva, destacando la oferta turística general.

5. Diseño de un sitio web turístico, donde se promocióne la oferta turística del Geoparque Río Coco

La presente táctica se propuso con el objetivo de contar con un medio online que pueda ofrecer y vender de manera factible los productos y servicios una vez aprobado el proyecto Geoparque Río Coco, ya que al ser un proyecto en curso actualmente cuenta con una página que podría decirse está incompleta y todavía no se vende de manera completa cada Geositio.

CONCLUSIONES

La importancia que tiene la creación de un Geoparque en Nicaragua, el cual representaría meramente un

proyecto que permita rescatar la cultura con la que cuenta cada uno de los municipios donde están ubicados los geositios propuestos, ya que por medio de la promoción de este nuevo destino como conjunto se lograría satisfactoriamente que los habitantes de cada uno de los municipios, se motive por vender lo propio de su destino.

De igual manera este mega proyecto será de suma importancia en la generación de divisas para el departamento de Madriz, ya que este departamento al estar ubicado en el corredor seco de Nicaragua, cuenta con serios conflictos económicos, debido a la escasa producción de granos básicos por contar con condiciones climáticas secas.

Finalmente podemos detallar que, Con el diseño de la propuesta de estrategias de promoción turística para el Geoparque Río Coco, del departamento de Madriz, se logró describir cada uno de los geositios actualmente integrados en la propuesta de Geoparque, los cuales cuentan con gran viabilidad al momento de promocionarles

adecuadamente, permitiendo así contar con mayor afluencia turística al departamento.

Asimismo, se logró identificar el posible cliente potencial del Geoparque Río Coco, el cual vendría hacer, todo aquel turista extranjero interesados por aquellos recursos que cuenten con rasgos naturales y socioculturales, seguidamente se elaboró un análisis DAFO mediante el cual se logró percibir la situación de los factores tanto externos como interno en el ámbito turístico a la cual está expuesta el Geoparque Río Coco.

RECOMENDACIONES

- Implementar cada una de las estrategias propuestas una vez validado el proyecto Geoparque Río Coco.
- Mejorar la estructura e infraestructura turística de cada uno de los geositios.
- Dar constante seguimiento al modelo educativo que pretende brindar el Geoparque.
- Crear informes científicos sobre los servicios turísticos

complementarios existentes en el territorio del GRC.

- Elaborar un plan de marketing completo y adecuado con el objetivo que tiene la creación del GRC.
- Crear convenios con agencias de viajes o tour operadores nacionales e internacionales.
- Involucrar a más organismos estatales y privados, para el financiamiento del GRC.
- Crear una ley que decrete al Geoparque en su conjunto como un área protegida.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, A. (2005). *Geología del Cañón de Somoto*. Somoto.
- B. Tourtello, J. (2007). National Geographic. *Geoturismo para su comunidad*, 13.
- Barrera, L. (20 de Mayo de 2012). *Estrategias de promoción turística*. Obtenido de Slideshare: <http://es.slideshare.net/laurittabarera/estrategias-de-promocin-en-la-web>
- Barrera, M. B. (2015). *Dossier de candidatura del Geoparque Rio Coco*. Somoto.
- Carcavilla Urquí, L., & García Córtes, Á. (2013). *Geoparques. Significado y funcionamiento*. Madrid.
- Geoviajeros, A. d. (8 de Mayo de 2015). *Agencia de viajes online*

- Geoviajeros*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2015, de Geoviajeros: <http://www.geoviajerosonline.com/info/7954/geoturismo.php>
- Global Geopark Network & UNESCO. (2010). *Directrices y criterios para Parques Nacionales*. España.
- Gonzalez, M. R. (2015). *Informe de Geositios del Proyecto GRC*. Estelí.
- Jiménez Sánchez, A. (31 de Julio de 2014). *Gestiopolis*. Recuperado el 2 de Diciembre de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/estrategias-de-promocion-dentro-de-las-4-p/>
- Kerin, R. (2003). *Marketing Kerin*. Sydney, Australia: Sydney: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Mercadotecnia Sexta Edición*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing Ocatava edición*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- Luis Urquí & Ángel Cortés. (2010). *Geoparques, Significado y funcionamiento*. Madrid, España: Rios Rosa,23.
- MARENA. (2011). *Plan Ambiental de Nicaragua*. Managua.
- MayGH. (28 de Noviembre de 2012). *SlideShare*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2015, de <http://es.slideshare.net/mobile/mayGH/principales-caracteristicas-del-marketing-tuistico>
- OMT. (2012). *Panorama del Turismo*. Madrid, España.
- PDTM. (2014). *Plan Estrategico de Desarrollo Turístico del Departamento de Madriz*. Madriz.
- Pérez Paz, A. (3 de 10 de 2015). Leyenda las Tres Señoritas. (M. Bueno, Entrevistador)
- Philip Kotler, et al. (2011). *Marketing Turístico 5a Ed.* Madrid (España): PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Philip Kotler, J. B. (2004). *Marketing para Turismo*. Madrid, España: PEARSON EDUCACIÓN S.A.
- Ritchie, B. J., & Goeldner, C. (2002). *TURISMO, Planeación, Administración Y Perspectivas (Segunda edición)*. Noriega: Editorial Limusa S.A. de C.V.
- Toledo, J., & Valdés, E. (Domingo de Junio de 2013). *Administra, promoción y costos*. Obtenido de Cbtvalledebravo: <http://administrapromocionycostos.blogspot.com/2013/06/importancia-de-la-mercadotecnia-en-el.html>
- Turismo, S. d. (6 de Junio de 2013). *Tipos de Turismo*. Obtenido de <http://www.clasificación-turismo/clasificación-turismo.shtml>
- Wiley, J. (2000). *Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas*. LIMUSA, S.A de C.V. GRUPO NORIEGA EDITORES.