



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

## **Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí**

### **Propuesta de promoción y comercialización para el parador turístico finca el Carrizo II semestre 2017**

Trabajo de seminario de graduación para optar

al grado de

**Licenciado, en la Carrera Turismo Sostenible**

#### **Autores/ Autores**

Layjanne Karolina González Irías

Maryini Lisbeth López Pérez

#### **Tutor o tutora**

Msc. Aminta Briones

Estelí, Enero 2018



Estelí, 13 de enero del 2018

### **CARTA AVAL**

Por medio de la presente se deja constancia de que el informe de tesis de investigación para optar al título de Licenciado/a en Turismo Sostenible que lleva por título: "**Propuesta de promoción y comercialización para el parador turístico Finca el Carrizo, II semestre\_2017**", cumple con los requisitos académicos básicos metodológicos y científicos para ser presentada en el acto de defensa.

Las autores de la presente investigación son: **Br. González Irias Layjanne Kraolina Br. López Pérez Maryini Lisveth**, quienes durante el transcurso del semestre, demostraron responsabilidad, dedicación, ética y conocimientos sobre la temática, en la realización del presente estudio.

La presente investigación fue realizada en el II semestre del 2017, en la asignatura de Seminario de Graduación, la misma cumple con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa y que cumple con un total de 60 horas presenciales y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que la investigación realizada por las estudiantes será de mucha utilidad a los tomadores de decisión, la comunidad estudiantil y a las personas interesadas en la temática.

Atentamente,

MSc. Aminta Briones Lazo  
Docente Seminario de Graduación  
Turismo Sostenible  
UNAN Managua, FAREM-Estelí



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

## **Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí**

### **Propuesta de promoción y comercialización para el parador turístico finca el Carrizo II semestre 2017**

Trabajo de seminario de graduación para optar

al grado de

**Licenciado, en la Carrera Turismo Sostenible**

#### **Autores/ Autores**

Layjanne Karolina González Irías

Maryini Lisbeth López Pérez

#### **Tutor o tutora**

Msc. Aminta Briones

Estelí, Enero 2018



## **DEDICATORIA**

### **A Dios.**

Por habernos permitido llegar hasta este punto, darnos salud para lograr nuestras metas, por darnos la oportunidad de vivir y estar en cada paso, fortalecernos e iluminarnos, poner en nuestro camino a aquellas personas que han sido nuestro soporte y compañía durante todo el periodo de formación profesional, además de su infinita bondad y amor.

### **A nuestros Padres.**

Por ser el pilar fundamental en nuestras vidas, su apoyo en todo momento, consejos, valores, por la motivación constante que nos han permitido ser personas de bien, pero sobre todo, más que nada por su amor.

### **A nuestras Maestras.**

Msc. Arelis Moreno, con quien iniciamos el trabajo con la asignatura de investigación aplicada, por impulsarnos en el desarrollo de nuestra formación profesional.

Msc. Aminta Briones, por su apoyo y motivación en el proceso de nuestra culminación de la tesis por asesorarnos con todas las dudas presentes.

¡Gracias a ustedes!

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, agradecemos a Dios padre por la vida, por permitirnos culminar la elaboración de nuestra tesis. Estamos seguras que nuestras metas planteadas darán frutos queremos agradecer sinceramente a todas aquellas personas quienes compartieron sus conocimientos con nosotras para hacer posible todo este gran proceso, sus ideas y recomendaciones. Por su apoyo y ayuda incondicional.

Agradecemos a todos los maestros que nos enseñaron a valorar los estudios y superarnos cada día, por brindarnos sus aportes invaluable que servirán para toda la vida.

a nuestros padres y familiares quienes están presentes en nuestras vidas, por sus aportes y ayuda. Gracias por no solo estar en esta etapa importante de nuestra vida, sino, en todo momento.

Cada momento vivido en todos estos años, simplemente han sido únicos, cada oportunidad de corregir un error, la oportunidad de que cada mañana podemos empezar de nuevo.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación se llevó a cabo en la Comunidad la Garnacha en el departamento de Esteli bajo el tema Propuesta de promoción y comercialización para el parador turístico finca El carrizo. Dicho lugar cuenta con una variedad de atractivos y servicios turísticos que no están siendo promocionados y comercializados debido a la falta de estrategias de promoción y comercialización se pretende desarrollar estas estrategias para que el destino sea más visitado y al mismo tiempo se generen mayores ingresos para el propietario.

La promoción y comercialización turística para el parador turístico finca el Carrizo es una investigación de acción puesto que se llevó a la realidad, dentro del proceso metodológico se utilizó el método cuali-cuantitativo, así mismo se utilizaron técnicas como: revisión documental, aplicación de entrevistas, encuestas con preguntas abierta y cerradas dirigidas a dos grupos de interés: el primer grupo a los turistas para saber si tenían conocimiento sobre el sitio, en segundo al propietario y su familia para conocer su punto de vista. la observación del entorno y herramientas de ayuda tales como: fotografías, notas de campo. La recopilación de datos se procesó en el programa de Microsoft Excel.

En los resultados se desarrollaron estrategias de promoción y comercialización como: Pag web, Brochure, Volante y la elaboración de un paquete turístico este fue promocionado y comercializado lo cual esto genero ingresos económicos para la comunidad y al propietario Don Reynaldo Rocha, además entre los resultados obtenidos se realizó un inventario de atractivos naturales, culturales e Históricos.

### **Palabras Claves:**

Atractivo turisticos, Promoción y comercialización turística, Fincas turísticas

# INDICE

I.	INTRODUCCION .....	1
1.1.	ANTECEDENTES.....	2
1.2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.3.	PREGUNTAS DIRECTRICES.....	6
1.4.	JUSTIFICACION.....	7
II.	II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION .....	8
2.1.	Objetivo general .....	8
2.2.	Objetivos Específicos.....	8
III.	MARCO TEORICO.....	9
3.1.	Atractivo turístico.....	9
3.1.1.	Atractivo turístico.....	9
3.1.2.	Atractivo cultural.....	9
3.1.3.	Atractivo natural.....	9
3.1.4.	Parador turístico .....	9
3.1.5.	Destino turístico .....	10
3.1.6.	Inventario .....	10
3.2.	Promoción y comercialización turística .....	10
3.2.1.	Concepto de marketing.....	10
3.2.2.	Promoción turística .....	11
3.2.3.	Promoción y publicidad Turística .....	12
3.2.4.	Demanda.....	12
3.2.5.	Demanda turística.....	12
3.2.6.	Oferta turística.....	13
3.1.1.	Precio.....	14
3.1.2.	Paquete turístico .....	14
3.1.3.	Comercialización turística.....	14
3.2.	Fincas turísticas.....	15
3.2.1.	Fincas .....	15
3.2.2.	Senderismo .....	15
3.2.3.	Guía turístico.....	16

3.2.4.	Interpretación turística.....	16
3.3.	Conceptos básicos de turismo .....	16
3.3.1.	Definición de turismo.....	16
3.3.2.	Turista .....	16
3.3.3.	Tipos de Turismo .....	16
IV.	DISEÑO METODOLOGICO .....	19
4.1.	Tipo de investigación .....	19
4.2.	Universo de estudio.....	19
4.3.	Muestra.....	19
4.4.	Población.....	20
4.5.	Localización Área de Estudio .....	20
	Etapas de la Investigación .....	22
	Análisis de datos .....	23
	Materiales utilizados para recolección de datos .....	23
	A continuación, mediante una tabla se presenta los materiales que fuero de gran utilidad para desarrollar dicha investigación.....	23
	Procedimiento y Análisis de Datos .....	23
V.	CATEGORIZACION.....	25
VI.	RESULTADOS.....	27
VII.	CONCLUSION .....	57
VIII.	RECOMENDACIONES .....	58
VII.	BIBLIOGRAFÍA.....	59

## **Índice de Anexos**

Anexo 1:	Entrevista dirigida al propietario .....	61
Anexo 2:	Encuesta dirigida a pobladores y visitantes .....	62
Anexo 3:	Fotografías.....	64



## **I. INTRODUCCION**

La siguiente investigación se enmarca en una propuesta de promoción y comercialización para el parador turístico finca el carrizo ubicado en la Comunidad la Garnacha municipio de San Nicolás, departamento de Esteli.

En la actualidad el turismo Rural comunitario crece cada día más, permitiendo que los diferentes lugares sean visitados y aprovechados. La promoción y comercialización turística son clave para el desarrollo turístico.

Mediante la recopilación de información por parte del propietario del sitio indica que las afluencias de visitas por turistas al sitio han disminuido debido a la falta de promoción y comercialización por parte de los prestadores de servicios turísticos. Actualmente la comunidad cuenta con atractivos naturales, culturales e históricos para la realización del turismo rural comunitario ya que varios de los integrantes de la comunidad han acondicionado sus hogares para hospedar al visitante y ofrecer diferentes servicios.

La presente investigación comprende los siguientes capítulos: El capítulo I comprende el contexto de la investigación, mencionando las características generales de acuerdo a infraestructura, actividades socio económico y atractivo con que cuenta la comunidad.

El capítulo II comprende el marco teórico que describe dos ejes teóricos fundamentales relacionados a la promoción turística de la comunidad la Garnacha, 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 y recolección de datos.

El capítulo III 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.

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 para la comunidad. el enfoque de dicha investigación está dirigida a la comunidad la Garnacha, finca orgánica el Carrizo, propiedad del señor Reynaldo Rocha.

## 1.1. ANTECEDENTES

En el presente acápite para la realización de los antecedentes de esta investigación, se consultó diferentes tesis internacionales y nacionales relacionada con el tema de estrategias de promoción y comercialización turística, se identificaron 2 tesis a nivel internacional en internet y 3 tesis en modalidad de seminario de graduación de la universidad nacional autónoma de Nicaragua UNAN-MANAGUA-FAREM ESTELI lo cual fueron base para dicha investigación y de esta manera poder apreciar los cambios que ha traído el desarrollo de estrategias en el turismo rural comunitario.

La primera tesis de licenciatura en turismo sostenible con los participantes Elizabeth Tomasovna Hernández Ialovaia y Silvia Milena Ortega Molina año 2012 titulada Propuesta de gestión sostenible para el aprovechamiento de los recursos agro turísticos de finca la patasta, municipio las sabanas, departamento de Madriz, durante el segundo semestre del año 2012.

- Identificar características fundamentales de los recursos agro turísticos como elementos sustantivos en la gestión sostenible de la Finca La Patasta, Municipio Las Sabanas, departamento de Madriz, durante el Segundo Semestre del año 2012.
- Describir los recursos potenciales para la gestión sostenible en el aprovechamiento de los recursos agro turísticos de la Finca La Patasta, Municipio Las Sabanas, departamento de Madriz, durante el Segundo Semestre del año 2012.
- Plantear técnicas para operativizar la propuesta, que garantice la segmentación del producto turístico, para la gestión sostenible de los recursos agro turísticos de la Patasta, Municipio Las Sabanas, departamento de Madriz, durante el Segundo Semestre del año 2012.
- Elaborar un análisis agroecológico que abarque todo el sistema productivo, para la gestión sostenible de los recursos agro turísticos de la Finca La Patasta, Municipio Las Sabanas, departamento de Madriz, durante el Segundo Semestre del año 2012.

La segunda tesis de licenciatura en turismo sostenible realizada por los participantes Lira Rivas Engel Adonis, Rivera Rocha Julio Cesar, Toruño Pérez Ilse Elizabeth titulada Propuesta de promoción, comercialización y elaboración de un paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz. Este estudio es de carácter mixto cuali-cuantitativo el

estudio demuestra la importancia de realizar estrategias de promoción y comercialización turística dicha investigación fue realizada con los siguientes objetivos:

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

La tercera tesis de licenciatura en turismo sostenible realizada por los autores Loáisiga Jarquín Crisbell Ocsana, Montenegro Pineda Mayerling, Castillo Ortiz María Dolores titulada Estrategias de desarrollo agro- turístico, en finca San Carlos comunidad Santa Lastenia, Municipio Jinotega, II semestre 2014 esta investigación es de tipo cualitativa descriptiva, los resultados demuestran que el desarrollo de estrategias en la actividad turística promueve la divulgación de un destino.

- Identificar los recursos existentes en la finca San Carlos.
- Caracterizar los atractivos de finca San Carlos.
- Elaborar propuesta de circuito turístico para los senderos existentes dentro de la finca San Carlos.
- Diseñar un plan de marketing para la promoción y comercialización del destino

La cuarta tesis titulada “La promoción turística a través de las redes sociales” realizada por la autora Noela Rey Méndez en el año 2015 dicha investigación es de carácter mixto cualitativo y cuantitativa, los principales resultados de esta investigación demuestran la importancia de las redes sociales como herramienta de promoción turística.

La quinta tesis titulada Plan de promoción turística para la comunidad punta diamante de la parroquia Chongón del cantón Guayaquil fue realizada por la autora Nancy María Ollague Andrade esta investigación es de tipo cualitativo y cuantitativa, los resultados demuestran que al desarrollar la promoción turística en una comunidad esto traerá beneficios económicos.

- Fundamentar teóricamente las condiciones del entorno turístico de Punta Diamante.
- Diagnosticar mediante herramientas e instrumentos de investigación las características y las necesidades del sector.
- Realizar el estudio de mercado respectivo a la zona turística de Punta Diamante.
- Elaborar estrategias de promoción y difusión turística para la comuna Punta Diamante.

Dentro de los antecedentes de la comunidad la Garnacha se encontró que la presencia de los hermanos católicos en el año 1979 abrió paso a lo que hoy conocemos como una comunidad organizada, con amplios deseos de superación la Garnacha. Este grupo formado por creyentes laicos llevaron a cabo muchos proyectos de desarrollo social y religioso entre estos se encuentra la formación de una cooperativa la cual se realizó con un grupo de personas de San Nicolás y grupos de familias que habitaban en diferentes fincas.

La unión de ambos y aprovechando el apoyo de la reforma agraria hizo posible conformar la cooperativa Luis Alfonso Ruiz esta cooperativa se consolidó y se formó con 13 familias creando y ubicando el asentamiento de la comunidad, lo que hoy en día conocemos como la Garnacha, cuyo significado corresponde a la trinchera o pleito.

Con el paso de los años lo que fue antes una cooperativa, pasó a ser parte de una unión social bajo la categoría de Asociación (ASOPASN), constituida legalmente en el año 2000). Y es entonces donde nace un grupo organizado capaz de gestionar proyectos de beneficio local, y donde la actividad turística logra tener un espacio a través de la gestión de financiamiento partiendo de la estructuración de los primeros proyectos que abrieron puertas a la llegada de visitantes. (La Prensa, 2002)

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La promoción y comercialización de un destino y/o atractivo turístico son importantes para que este tenga el crecimiento y desarrollo deseado, aun cuando cercano a este destino existan otros sitios de mucho interés para el visitante, que representen una competencia significativa.

A partir de lo anterior se puede afirmar que el parador turístico finca el Carrizo es un sitio con mucha riqueza para ser potencializada turísticamente, sin embargo, al realizar visitas exploratorias al sitio se puede observar la poca afluencia de turistas, a pesar de que el sitio es apto para ser visitado en cualquier temporada del año. Don Reynaldo Rocha y su familia, como prestadores directos del servicio turístico en el sitio, son conscientes de que una de las principales debilidades del parador son los mecanismos de divulgación utilizados hasta la fecha, pues estos son prácticamente inexistentes. Las formas en que se han dado a conocer ha sido de boca en boca, o sea, la información transmitida verbalmente de un turista a un posible visitante del sitio y la mención del sitio en una página web de la comunidad la Garnacha.

Esta falta de promoción y comercialización disminuye las visitas de turistas al destino, la cual no permite desarrollar la actividad turística del sitio. Pero, no basta tener los recursos turísticos estructurados y planificados, si no se cuenta con un adecuado proyecto de promoción y comercialización para difusión del turismo. Esto causa que el parador turístico finca el Carrizo, no permita dar a conocer al mercado gran variedad de servicios, productos que ofrece el sitio para satisfacen las necesidades del visitante.

Por ende, se pretende aumentar las visitas al destino, de esta manera sean aprovechadas turísticamente de manera sostenible. Mediante diseñar estrategias de promoción y comercialización para el Parador turístico finca el Carrizo. De igual manera que el sitio pueda ser conocido, visitado por turistas nacionales e internacionales ya que dicho destino cuenta con atractivos naturales y culturales que son elementos importantes para la actividad turística y de esta manera brindar un servicio de calidad al visitante y traer consigo beneficios económicos para el propietario del Parador finca el Carrizo.

### **1.3. PREGUNTAS DIRECTRICES**

- 1) ¿Cómo se caracterizan los atractivos turísticos con que cuenta el parador Finca el Carrizo?
- 2) ¿De qué manera se analiza el desarrollo de la actividad turística del parador finca el Carrizo?
- 3) ¿Qué estrategias se utilizará para la promoción y comercialización del parador turístico Finca el Carrizo?

#### **1.4. JUSTIFICACION**

El propósito de la investigación es establecer estrategias de promoción y comercialización para el parador turístico finca el Carrizo en la comunidad la Garnacha municipio de San Nicolás, departamento de Esteli. A través de diseñar estrategias como brochure, volante y elaboración de un paquete turístico que sirva para su debida divulgación a través de las redes sociales.

Es importante destacar que el resultado de esta investigación se basan en la necesidad de mejorar el desarrollo de la actividad turística en el sitio, al mismo tiempo que contribuirá a la economía mejorando el nivel de vida de los habitantes, siendo estos los principales beneficiarios, ya que es una comunidad que cuenta con recursos naturales y paisajísticos que lo convierte en un destino turístico en el norte de Nicaragua.

A sí mismo esta investigación será un referente para otros investigadores, que tengan interés en el tema puesto que es un tema de mucha importancia que aporta al crecimiento y desarrollo económico.

A demas, la universidad nacional autónoma de Nicaragua y Facultad regional multidisciplinaria de Esteli UNAN-FAREM contara con esta investigación en su base de datos, facilitándola a otros investigadores interesados en indagar sobre el tema y también servirá como antecedente y apoyo a futuros estudiantes que deseen conocer y ampliar conocimientos sobre estrategias de promoción y comercialización turística.

## **II. II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

### **2.1. Objetivo general**

Proponer Estrategias de promoción y comercialización para el parador turístico Finca el carrizo II semestre del 2017.

### **2.2. Objetivos Específicos**

- Caracterizar los atractivos turísticos del Parador Finca El carrizo.
- Analizar el desarrollo de la actividad turística del parador finca el Carrizo.
- Diseñar estrategias de promoción y comercialización para el desarrollo turístico del parador Finca el Carrizo.



### **III. MARCO TEORICO**

Según Sampieri, en su libro metodología de la investigación sexta edición afirma El desarrollo de la perspectiva teórica es un proceso y un producto. Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, y un producto (marco teórico) que a su vez es parte de un producto mayor: el reporte de investigación (Yedigis y Weinbach, 2005). Una vez planteado el problema de estudio (es decir, cuando ya se tienen los objetivos y preguntas de investigación) y cuando además se ha evaluado su relevancia y factibilidad, el siguiente paso consiste en sustentar teóricamente el estudio. (Sampieri, 2009)

#### **3.1. Atractivo turístico**

##### **3.1.1. 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, 2000)

##### **3.1.2. Atractivo cultural**

El Turismo Cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. (secretaria de turismo, 2015)

##### **3.1.3. Atractivo natural**

Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, con la finalidad de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como lo son: los bosques, playas, lagos, lagunas, aguas termales, entre otros. (Slide Share, 2010)

##### **3.1.4. Parador turístico**

Es una estructura con función de satisfacer las necesidades básicas de los turistas deben ser simple y funcionales, también adaptables al terreno y al ambiente de la zona. (Sutil, 2009)

### **3.1.5. Destino turístico**

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. (Gestión de Destinos turísticos, 2009)

### **3.1.6. Inventario**

Es un recurso almacenado al que se recurre para satisfacer una necesidad actual o futura. Tiene como finalidad que las operaciones continúen sin que se produzcan parones por falta de productos materia prima. (Pérez, 2006)

## **3.2. Promoción y comercialización turística**

### **3.2.1. Concepto de marketing**

Para Philip Kotler "el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes".

Según Jerome McCarthy, "el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente".

Stanton, Etzel y Walker, proponen la siguiente definición de marketing: "El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización"

Para John A. Howard, de la Universidad de Columbia, "el marketing es el proceso de:

1) Identificar las necesidades del consumidor, 2) conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir, 3) comunicar dicha conceptualización a quienes

tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa. 4) conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor y 5) comunicar dicha conceptualización al consumidor"

Según Al Ries y Jack Trout, "el término marketing significa "guerra". Ambos consultores, consideran que una empresa debe orientarse al competidor; es decir, dedicar mucho más tiempo al análisis de cada "participante" en el mercado, exponiendo una lista de debilidades y fuerzas competitivas, así como un plan de acción para explotarlas y defenderse de ellas

Para la American Marketing Asociación (A.M.A.), "el marketing es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización. (Marketing-Free.com, octubre)

### **3.2.2. Promoción turística**

Del latín promotio, es la acción y efecto de promover (impulsar un proceso o una cosa, tomar la iniciativa para realizar algo, elevar a alguien a un cargo superior al que tenía). El término puede utilizarse para nombrar a las actividades que buscan dar a conocer o incrementar las ventas de algo. (Definicion.de, 2011)

La promoción se define como la comunicación o transmisión de información del vendedor al comprador, acerca de los contenidos del producto, servicio, cuya finalidad última es la de convencer al consumidor potencial de los beneficios que le aportará la compra y la utilización de dicho producto.

- **Importancia en el Sector turístico**

El sector turístico presenta una especial particularidad en relación a la promoción, ya que la mayoría de los visitantes nunca han estado físicamente en el lugar seleccionado, por lo que de una adecuada promoción en el destino dependerá una mayor o menor demanda de consumidores en el destino. Así pues, el proceso de decisión de compra estará influido por varias condicionantes en la campaña de promoción y comercialización.

Es importante resaltar que una adecuada promoción turística debe ser resultado de una serie de decisiones ordenadas, programadas y sistematizadas, siendo el Plan de Marketing de vital importancia para la captación de clientes que se deberán fidelizar para establecer un estrecho vínculo comercial con los mismos. La calidad también debe ser considerada como una premisa básica en el desarrollo promocional de un destino turístico, ya que cada vez están más valorados aquellos elementos de la oferta turística que tienen un fiel compromiso con la calidad y con el precio.

### **3.2.3. Promoción y publicidad Turística**

La promoción y la publicidad son parte fundamentales de los sistemas económicos sociales, en la actualidad la publicidad ha evolucionado hasta convertirse en un sistema de comunicación para la humanidad.

Según (Rivera y Juan Viragay, 2001) la promoción da vida a un producto o servicio, lo anima, lo diferencia, lo enfoca y lo coloca en un punto de mira añadiéndole temporalmente un valor, y esos es lo que funciona, vende y construye la imagen de la empresa o producto.

Según Acerenza, la promoción turística es una actividad destinada a la información, persuasión y a la influencia sobre el cliente en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, y otros medios en los que incluye también relaciones públicas. (Acerenza, 2009).

### **3.2.4. Demanda**

Está relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no solo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos (Buhalis, 1998, pág. 59).

### **3.2.5. Demanda turística**

Número total de personas que viajan o desean viajar para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual (Martin, 2002).

### **3.2.6. Oferta turística**

La oferta turística es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico de un destino determinado, para su disfrute y consumo. La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacidad (Buhalis, 1998, pág. 49).

- **Oferta turística básica**

Está compuesta por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turísticos (agencias de viajes, alojamientos, transporte, entre otros. (Novas., 2006, pág. 8).

- **Oferta turística complementaria**

Está compuesta por aquellos bienes que no son únicamente turísticos, pero que aun así son demandados por los turistas y que complementan el producto turístico final (restauración, deportes, ocio, y comercio. (Novás.N., 2006, pág. 8).

### **Oferta Turística**

“La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios, por lo tanto, debería reflejar el capital directamente computable a los efectos turísticos.” (Cabarcos Novás, 2006).

Adicionalmente (Quesada, 2010) menciona que: “La oferta turística es el conjunto de transportes, instalaciones, y servicios disponibles para que sean utilizados por los turistas para desplazarse permanecer, y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones.”, pág. 136.

Los siguientes elementos deben estar incluidos en la oferta turística:

**a) Atractivos Naturales.** Deben de existir programas de conservación ambiental e infraestructura para vincular el atractivo a las actividades turísticas.

**b) Atractivos Culturales.** Se debe de realizar investigación, y sistematización de la riqueza cultural local.

**c) Atractivos Recreacionales.** Estos atractivos tienen que ver con el rescate de juegos tradicionales. Planificación con el fin de insertarlo en la actividad turística. De acuerdo con (Quesada, 2010) los atractivos turísticos son justamente aquello que motiva y genera los desplazamientos de las personas hacia un lugar, son considerados la materia prima del turismo.”, pág. 170.

### **3.1.1. Precio**

Se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio. (Armstrong, 2006).

### **3.1.2. Paquete turístico**

Es un producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico como: alojamiento, alimentación, transporte, recreación, porque se paga un precio. (septiembre 2011 Zarate y Lugo).

### **3.1.3. Comercialización turística**

Según (Publicaciones Vértice S.L., 2008) “Comercialización es la acción y efecto de comercializar poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.”. Pág. 97.

La comercialización turística es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta de bienes y servicios.

- **Volante**

Un volante (también conocido como flyer) es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles, y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo. Su mensaje es breve y conciso, por lo cual se diferencia del tríptico y del folleto, aunque se acepta que el volante es un cierto tipo de folleto breve. Puede tener diversos fines: publicitario, propagandístico, informativo, médico, institucional, etc.

- **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).

## **3.2. Fincas turísticas**

### **3.2.1. Fincas**

El nombre de finca es el que se aplica a un determinado tipo de establecimiento que tiene lugar en el ámbito rural y que se dedica a la producción de algún tipo de elemento agrícola o ganadero. (Ecured.cu, s.f.)

- **Fincas rústicas:** aquellas destinadas a la agricultura, ganadería, etc.;
- **Fincas industriales:** destinadas a la construcción de zonas industriales y empresariales;
- **Fincas urbanas:** con mucha mayor capacidad de construcción, habitualmente son las de mayor valor económico y social para poder vivir felizmente.
- **Fincas Turísticas:** son aquellas que ofrecen diferentes servicios para el visitante lo cual incluye actividades que pueden realizarse dentro de la misma como caminatas, cabalgatas entre otras.

### **3.2.2. Senderismo**

A como lo dice su nombre, el senderismo es una actividad que se realiza por senderos y caminos existentes en ambientes naturales. El senderismo es un deporte que se ejecuta

siempre en espacios abiertos y naturales y uno de sus rasgos más importantes es que permite hacer ejercicio al mismo tiempo que disfrutar la vista y conocer diferentes tipos de paisajes.

### **3.2.3. 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).

### **3.2.4. Interpretación turística**

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).

## **3.3. Conceptos básicos de turismo**

### **3.3.1. Definición de turismo**

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (una noche de estadía como unidad y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos). (OMT)

### **3.3.2. Turista**

Turista es aquella persona que se traslada de su entorno habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.

### **3.3.3. Tipos de Turismo**

- **Turismo rural comunitario**

El turismo comunitario es aquel que llevan adelante miembros de comunidades locales que se organizan para prestar servicios turísticos. Generalmente se trata de comunidades rurales



o indígenas, aunque también lo desarrollan arrieros y otros grupos, que comparten con los visitantes su modo de vida, sus costumbres y su cultura. (alto biobio 26 al 29 marzo)

- **Turismo alternativo**

El turismo alternativo es una nueva opción, más allá de sol y playas, para realizar actividades no convencionales que incluyen la apreciación de atractivos naturales y manifestaciones culturales con un bajo impacto ambiental y cultural. (mingaonline. uach)

- **Turismo de naturaleza**

El Turismo de naturaleza es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente promoviendo la conservación de la naturaleza y los ecosistemas existentes realizando actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través de la interacción con la misma.

- **Turismo rural**

El turismo rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño.

- **Turismo Comunitario**

Es definido genéricamente como un esquema en el que se haya una estructura empresarial, orientada a la gestión de los servicios y bienes con que cuenta la comunidad. Este tipo de turismo apunta a fomentar encuentros de calidad con los visitantes, lo cual significa que el esfuerzo de la gestión debe satisfacer las expectativas del turista.

En este sentido, el turismo comunitario se ha destacado en los mercados internacionales como una nueva e interesante alternativa para quienes buscan experiencias turísticas de calidad ligadas al disfrute de la naturaleza.

(Rodríguez, 2005) Establece que:

El turismo comunitario es aquella actividad turística en donde el manejo, toma de decisiones, y participación accionaria de dicha actividad está a manos parcial o totalmente de las comunidades asentadas en un área natural apropiada para esta actividad, las cuales la

comunidad y no individuos particulares reciben un porcentaje importante o la totalidad de los beneficios generados por esta actividad. Pág. 54

Las comunidades deberán asumir la responsabilidad de conservar sus recursos, esta iniciativa se encuentra planteada en publicaciones de asociaciones que tienen por objetivo el desarrollo del turismo comunitario, desde una perspectiva intercultural, tomando siempre en consideración el enfoque intercultural, el adecuado manejo de los recursos naturales y el respeto al patrimonio comunal y los derechos culturales y territoriales de las comunidades así lo expresa la (Guía de Turismo Comunitario Feptce 2006).

La característica del turismo comunitario es una oportunidad considerable del control, y los beneficios están en manos de personas de comunidades locales.

## **IV. DISEÑO METODOLOGICO**

La presente investigación está enmarcada en una propuesta de promoción y comercialización para el parador turístico finca el Carrizo ubicada en la comunidad la Garnacha Esteli.

Según Sampieri, en su libro metodología de la investigación sexta edición afirma que “el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio o una serie de investigación para responder a un planteamiento del problema” (Sampieri, 2008).

### **4.1. Tipo de investigación**

Por tal razón la presente investigación es de carácter Mixto ya que se utilizaron instrumentos que proporcionaron datos de ambos enfoques, puesto que se identificaron los atractivos naturales, culturales existentes en la comunidad a través de la observación en visita de campo, obteniendo información detallada sobre el estado actual de los mismos. De igual manera se hizo un análisis gráfico de la oferta y la demanda presente en el destino, permitiendo elaborar una Propuesta de promoción y comercialización para el Parador turístico Finca el Carrizo.

### **4.2. Universo de estudio**

El escenario utilizado para la realización de la presente investigación fue la comunidad de la Garnacha, un lugar que posee 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 ya sea Nacionales o Extranjeros.

### **4.3. Muestra**

Según Sampieri (2015), en su libro metodología de la investigación sexta edición afirma, la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra se generalicen o extrapolen a la población (en el sentido de la validez externa que se comentó al hablar de experimentos). El interés es que la muestra sea estadísticamente representativa.

Según Carlos Ochoa, el muestreo no probabilístico es la técnica de muestreo donde los elementos elegidos a juicios del investigador. El muestreo aleatorio intencional consiste en seleccionar al individuo que conviene al investigador para la muestra.

El método de muestreo es no probabilístico, en aleatorio intencional debido a que se seleccionaron intencionadamente 30 personas esto representa el número de clientes encuestados entre ellos 10 visitantes internacionales, 10 integrantes de la comunidad y 10 visitantes nacionales para obtener un 90% de confiabilidad.

#### 4.4. Población

Las estadísticas de por sí no tienen sentido si no se consideran o se relacionan dentro del contexto con que se trabajan. Por lo tanto, es necesario entender el concepto de población para lograr comprender mejor su significado en la investigación educativa o social que se lleva a cabo.

Población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (wigdski, 2011)

Para efectos de la investigación, se trabajó con familiares de la finca el Carrizo y pobladores de la comunidad, además turistas nacionales y extranjeros.

#### 4.5. Localización Área de Estudio

La comunidad la Garnacha, se encuentra ubicada en el departamento de Estelí, Aproximadamente a 22 km al Suroeste de Estelí, así mismo en la zona existen varias fincas agro-turísticas, donde los habitantes ofrecen diversos servicios tales como: alojamiento, alimentación, Tour, Venta de Artesanías, etc.



## **Técnicas de Recolección de Datos**

### **Observación**

Toda investigación o aplicación de carácter científico en Ciencias Sociales, como en las ciencias en general, debe implicar la utilización de procedimientos operativos rigurosos, bien definidos, transmisibles, susceptibles de ser aplicados de nuevo en las mismas condiciones, adaptados al fenómeno a discutir. Esas son las técnicas; la elección de éstas depende del objetivo perseguido, el cual está ligado al método de trabajo. Todo medio (método, técnica o instrumento) siempre debe estar subordinado al objetivo de estudio que se busca. (Fabbri, 1998)

Es un procedimiento empírico por excelencia, el más primitivo y a la vez el más usado. Es el método por el cual se establece una relación concreta e intensiva entre el investigador y el hecho social o los actores sociales, donde se obtienen datos que luego se sintetizan para desarrollar la investigación. (Fabbri, técnicas de investigación, 1998)

De esta manera se realizaron diferentes visitas de campo al sitio, ya que mediante la observación permitió darse cuenta de la problemática existente en el parador finca el Carrizo y así mismo de esta manera poder trabajar directamente la observación del entorno con la utilización de herramientas de ayuda tales como: fotografías, notas de campo.

### **Entrevista**

“La entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto”. (B. Pineda & de Alvarado, 2008) (p.148)

Mediante la aplicación de uno de los instrumentos de recolección de datos como es la entrevista, se realizó entrevista al propietario del sitio Don Reynaldo Rocha también se aplicó el instrumento de entrevistas a familiares del parador finca el Carrizo.

## **Encuesta**

La encuesta consiste en obtener información de los sujetos de estudio proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, conocimientos actitudes o sugerencias. (B. Pineda & de Alvarado, 2008)

Dentro de este proceso de encuestas para la recolección de datos las encuestas fueron dirigidas para pobladores locales de la comunidad, visitantes nacionales e internacionales.

## **Etapas de la Investigación**

Esta etapa expresa con precisión los objetivos y plan de la investigación, para abordar cada punto indispensable que permitieron orientar los lineamientos conceptuales y ejecución de dicha investigación.

## **Fase de Campo**

Una vez procesado todos los datos se inicia a la redacción de los resultados obtenidos Sampieri, (2007). En esta etapa se pudo analizar e interpretar la información obtenida mediante la fase de campo.

Según Sampieri, esta fase integra la recopilación de datos la cual se realizó en un periodo de marzo-Septiembre, estuvo destinado para conocer el parador turístico finca el Carrizo, en donde a los alrededores, visitantes y propietario de este lugar se les realizó encuesta y entrevista, para la realización de esta investigación.

Mediante esta fase se obtuvieron datos exactos de acuerdo a la situación de la problemática presente en el parador turístico finca el Carrizo con la finalidad de establecer estrategias de promoción y comercialización.

La observación, aplicación de entrevistas, Encuestas con preguntas abierta y cerradas dirigidas a dos grupos de interés: a los visitantes para saber si tenían conocimiento sobre el sitio, al propietario permitió conocer la situación actual sobre el desarrollo de la actividad turística en la finca.

## **Análisis de datos**

Luego de aplicar los instrumentos de investigación, se procedió a analizar toda la información obtenida, la cual fue ordenada de manera coherente, utilizando los programas como: Excel Word y Publisher para procesar los datos y reflejarlos a través de gráficos.

## **Materiales utilizados para recolección de datos**

A continuación, mediante una tabla se presenta los materiales que fueron de gran utilidad para desarrollar dicha investigación.

<b>MATERIALES</b>
<b>Cámara</b>
<b>Encuesta en Físico</b>
<b>Entrevista en físico</b>
<b>Libreta de apuntes</b>
<b>Lapiceros</b>
<b>Teléfono</b>

## **Procedimiento y Análisis de Datos**

Según el escrito Juan López en su libro “Introducción a la Metodología” establece que para aplicar los instrumentos de la investigación es necesario tomar diferentes criterios, análisis y consideraciones éticas que contribuirán a realizar una recolección de información exitosa. (López, 2000)

## **Datos Cuantitativos**

Los datos cuantitativos son datos que miden o calculan un algo para llegar a un punto en su investigación. Estos datos nos dicen a través de números una explicación para alguna tendencia o resultados de algún experimento. Lo vital en estos tipos de datos es saber cómo interpretarlos y darles un análisis que tenga lógica para la investigación. Lo que se hace es buscar un instrumento de medición, que como dice el texto, tenga validez y confiabilidad, así la investigación no se ve perjudicada por cómo se manipulan estos datos. (Fiat, 2012)

## **Datos Cualitativos**

Los datos cualitativos son los que nos dan el enfoque o el punto de vista de la muestra o de una variable hacia lo que nos dice la investigación. Estos son igual de importantes, porque, aunque no son numéricos, se pueden medir de ciertas maneras. Estos datos hay que ver cómo se recolectan, a través de entrevistas, observación, encuestas o algún método que sea válido para saber con certeza la tendencia de una población hacia lo que se quiera saber. (Fiat, Mauricio Fiat, 2012)

A continuación, mediante gráficos se presentan resultados del análisis de aplicación de instrumentos como es en cuentas y entrevistas que tiene como objetivo principal recopilar información para dicho desarrollo de nuestra investigación. Se describen cada una de las gráficas, en las que consignamos nuestras propias interpretaciones al extraer la información en ellas implícita.



## V. CATEGORIZACION

Objetivos	Categoría	Definición conceptual	Sub-categoría	Fuente de información	instrumentos
<b>Caracterizar los atractivos turísticos del Parador Finca El carrizo.</b>	Atractivo turístico	atractivo turístico, es un lugar de interés que los turistas visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión.	Atractivo Destino turístico	Bibliografía Visitantes Propietarios de Finca el Carrizo	Entrevista Encuesta
<b>Analizar el desarrollo de la actividad turística del parador finca el Carrizo.</b>	Desarrollo turístico	Desarrollo turístico es un concepto amplio, potencial que presenta un destino donde se desarrollan diferentes actividades turísticas	Valoración turística	Propietarios del destino Visitantes	Encuesta Visitas de Campo Entrevista
<b>Diseñar estrategias de promoción</b>	Estrategias de promoción turística	Son actividades que proporcionan propicias en ciertas planificaciones de	Estrategias Promoción turística	Visitantes Propietario	Encuesta Entrevista

<b>y comercialización para el desarrollo turístico del parador turístico Finca el Carrizo.</b>		desarrollo estas deben ofrecer acciones que den a conocer de forma eficaz y sencilla los destinos turísticos.			Observación
--	--	---	--	--	-------------

## VI. RESULTADOS

Esta investigación se realizó tomando en cuenta la importancia que tiene el turismo para el desarrollo económico de la comunidad la Garnacha, dentro de esta investigación se establecieron estrategias de promoción y comercialización para dar a conocer el parador turístico Finca el Carrizo. Dentro de las estrategias se diseñaron las siguientes:

- Brochure
- Volantes
- Pag Web (Facebook)
- Un paquete turístico

Para implementar y desarrollar estas estrategias en la comunidad la Garnacha para el parador turístico finca el Carrizo, fue necesaria la aplicación de instrumentos como lo son entrevistas y encuestas dirigidas a algunos pobladores de la comunidad y turistas lo que conllevo 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.

Dentro de este proceso de acuerdo a la observación de campo, visitas realizadas, en esta investigación se ha podido distinguir una caracterización e identificación de los atractivos turísticos que posee la comunidad la Garnacha.

Se diseñó un paquete turístico como una de las estrategias establecidas, el cual se promociono y se comercializo ya que de esta manera en varias ocasiones la venta de este paquete genero dinero para el propietario del parador turístico finca el carrizo y esto le permite satisfacer sus necesidades económicas.

Esta propuesta promueve la promoción y comercialización de dicho lugar antes mencionado para el respectivo mejoramiento económico y se pueda posicionar dentro de los lugares turísticos más concurridos ya que por la falta de promoción y comercialización este no es muy visitado.

## Caracterización de los atractivos turísticos del Parador Finca El carrizo.

Para la caracterización de los atractivos, primero se realizó un inventario de los atractivos de manera que estos pudiesen ser identificados lo cual permitió encontrar atractivos turísticos naturales, culturales e históricos presentes en el sitio.

A continuación, mediante una ficha de identificación se presenta la caracterización de atractivos presentes en el parador turístico finca el Carrizo.

### Atractivo #1

#### CERRO APAGUAJIL



<b>Tipo de Recurso</b>	<b>RN</b>	<b>Ubicación</b>	A 22Km de la Ciudad de Esteli
<b>Potencial de la Actividad</b>		<b>Acceso</b>	Viable
<p>Donde se observa una especie de loma en el cual el visitante pueden disfrutar de la belleza escénica Y detrás del Apaguajil se observan los volcanes de la cordillera los Maribios.</p>		<b>Época de Visita</b>	Todo el tiempo
		<b>Tipo de Visitante</b>	Todo
		<b>Atractivos</b>	Atractivo natural
		<b>Actividades</b>	Observación escénica del cerro. Vista de la cordillera volcánica del pacifico
		<b>Sub-Tipo</b>	Cerro

## Atractivo #2

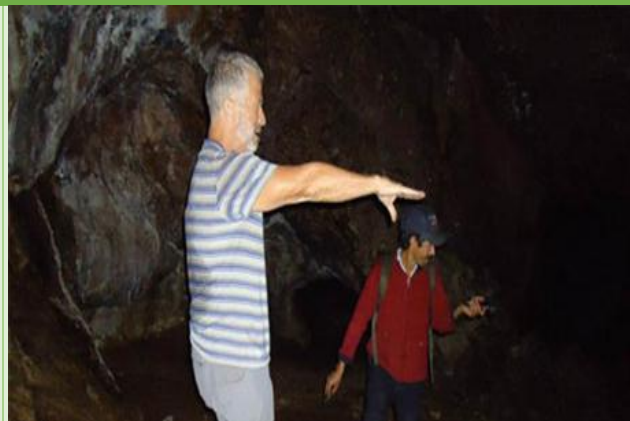
### LAGUNA NATURAL FINCA EL CARRIZO



<p><b>Tipo de Recurso</b></p>	<p>RN</p>	<p><b>Como Llegar</b></p>	<p>Buses de Estelí, Terminal Cotran Sur</p> <p>Bajar en el empalme a La Garnacha y caminar 2 km.</p>
<p><b>Potencial de la Actividad</b></p>		<p><b>Acceso</b></p>	
<p><b>La Finca Orgánica El Carrizo, cuenta con una hermosa laguna Rodeada de naturaleza floreciente, y un clima agradable donde el visitante tiene la oportunidad de apreciar dicha laguna natural.</b></p>		<p><b>Época de Visita</b></p>	<p>Todo el tiempo</p>
		<p><b>Tipo de Visitante</b></p>	<p>Todo</p>
		<p><b>Atractivos</b></p>	<p>Atractivo natural</p>
		<p><b>Actividades</b></p>	<p>Bañarse en la laguna</p>
		<p><b>Sub-Tipo</b></p>	<p>Laguna</p>

### Atractivo #3

## CUEVA EL DUENDE



<p><b>Tipo de Recurso</b></p>	<p><b>RN</b></p>	<p><b>Como Llegar</b></p>	<p>Ubicado a 22 Km de la ciudad de Esteli, luego se camina aproximadamente 1 hora de la misma comunidad.</p>
<p><b>Potencial de la Actividad</b></p>		<p><b>Acceso</b></p>	<p>Viable</p>
<p><b>Atractivo Natural-Histórico</b></p> <p>Cuenta la leyenda que se observaban huellas pequeñas, lo que ocasionó que se corriera el rumor de que la cueva era el hogar de los duendes. Y la historia se ha ido transmitiendo de generación en generación.</p>		<p><b>Época de Visita</b></p>	<p>Todo el tiempo</p>
		<p><b>Tipo de Visitante</b></p>	<p>Todo</p>
		<p><b>Atractivos</b></p>	<p>Cueva</p>
		<p><b>Actividades</b></p>	<p>Experimentación de murciélagos</p>
		<p><b>Sub-Tipo</b></p>	<p>Cueva</p>



## Atractivo #4

### ESCULTURAS EN PIEDRAS TALLADAS DON ALBERTO



<p><b>Tipo de Recurso</b></p>	<p><b>RH</b></p>	<p><b>Como Llegar</b></p>	<p>Ubicado a 22 km de Esteli a 1Km de la Carretera Reserva Natural Tisey-Estanzuela.</p>
<p><b>Recurso Histórico y Cultural</b></p>		<p><b>Acceso</b></p>	<p>Viable</p>
<p>Es un atractivo muy valioso perteneciente a Don Alberto Gutiérrez un artista y escultor que muestra su arte a través de hermosas esculturas talladas en piedras.</p>		<p><b>Época de Visita</b></p>	<p>Todo el tiempo</p>
		<p><b>Tipo de Visitante</b></p>	<p>Todo</p>
		<p><b>Atractivos</b></p>	<p>Patrimonio cultural</p>
		<p><b>Actividades</b></p>	<p>Recorrido por las esculturas.</p>
		<p><b>Sub-Tipo</b></p>	<p>Esculturas</p>

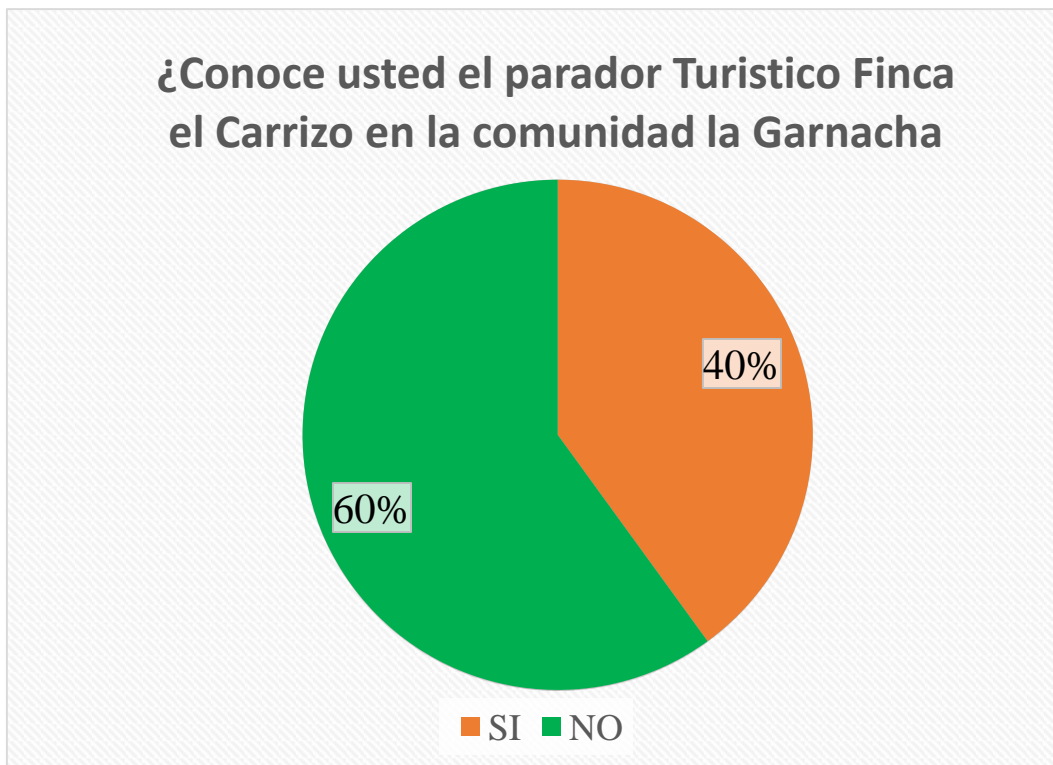
## Desarrollo de la actividad turística del parador finca el Carrizo

Para analizar el desarrollo de la actividad turística del parador finca el Carrizo se realizaron encuestas dirigidas a la población local y turistas. Obteniendo los siguientes resultados.

### 1- ¿Conoce Usted el Parador Turístico Finca el Carrizo en la comunidad la Garnacha?

El grafico 1 contiene información sobre el porcentaje de individuos que fueron encuestado, en términos globales el grafico muestra cuantas de las personas dicen conocer el parador finca el Carrizo y cuantas no.

#### Grafico Representativo #1



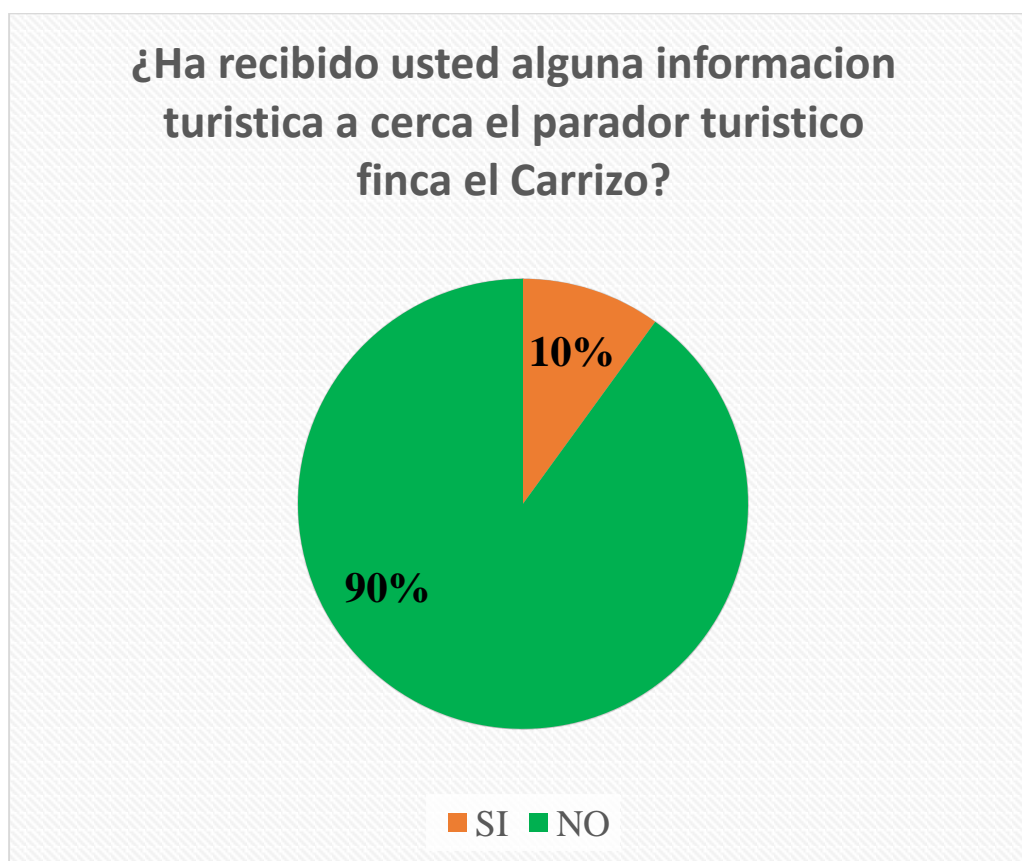
**Análisis:** De acuerdo al diagrama estadístico un 40% dicen que, si conocen el parador turístico finca el Carrizo en la comunidad la garnacha, se considera que se puede desarrollar Estrategias de promoción turísticas ya que existen diferentes atractivos tanto naturales como culturales que el visitante puede disfrutar de ellos y el 60% dice no conocer el lugar.



## 2- ¿Ha recibido alguna información turística acerca el parador turístico Finca el Carrizo?

El grafico numero 2 contiene información el porcentaje de encuestados que han recibido información turística sobre el parador finca el Carrizo y un porcentaje de cuantas personas nunca han recibió información.

### Grafico Representativo #2

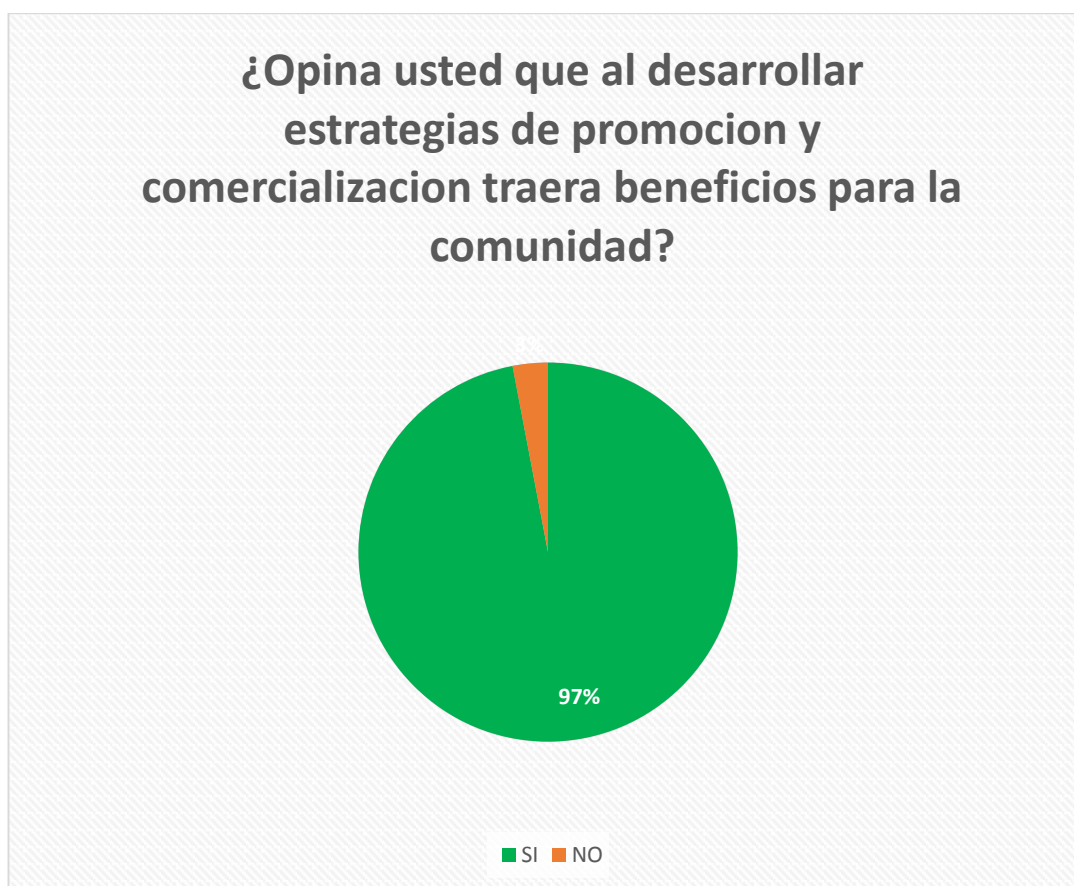


**Análisis:** Dentro del proceso de investigación se encontró que un 10% dicen haber recibido alguna información turística, es importante mencionar que la mayoría de las personas que fueron encuestadas dijeron haberse enterado de la existencia del parador turístico finca el Carrizo a través de otras personas, lo que deja en evidencia la falta de Promoción, un 90% que no han recibido alguna información de este destino.

### 3- ¿Opina usted que al desarrollar estrategias de promoción y comercialización traerá beneficios para la comunidad?

En el grafio número 3 se puede apreciar el porcentaje de personas que les pareció de gran importancia desarrollar propuestas de promoción y comercialización.

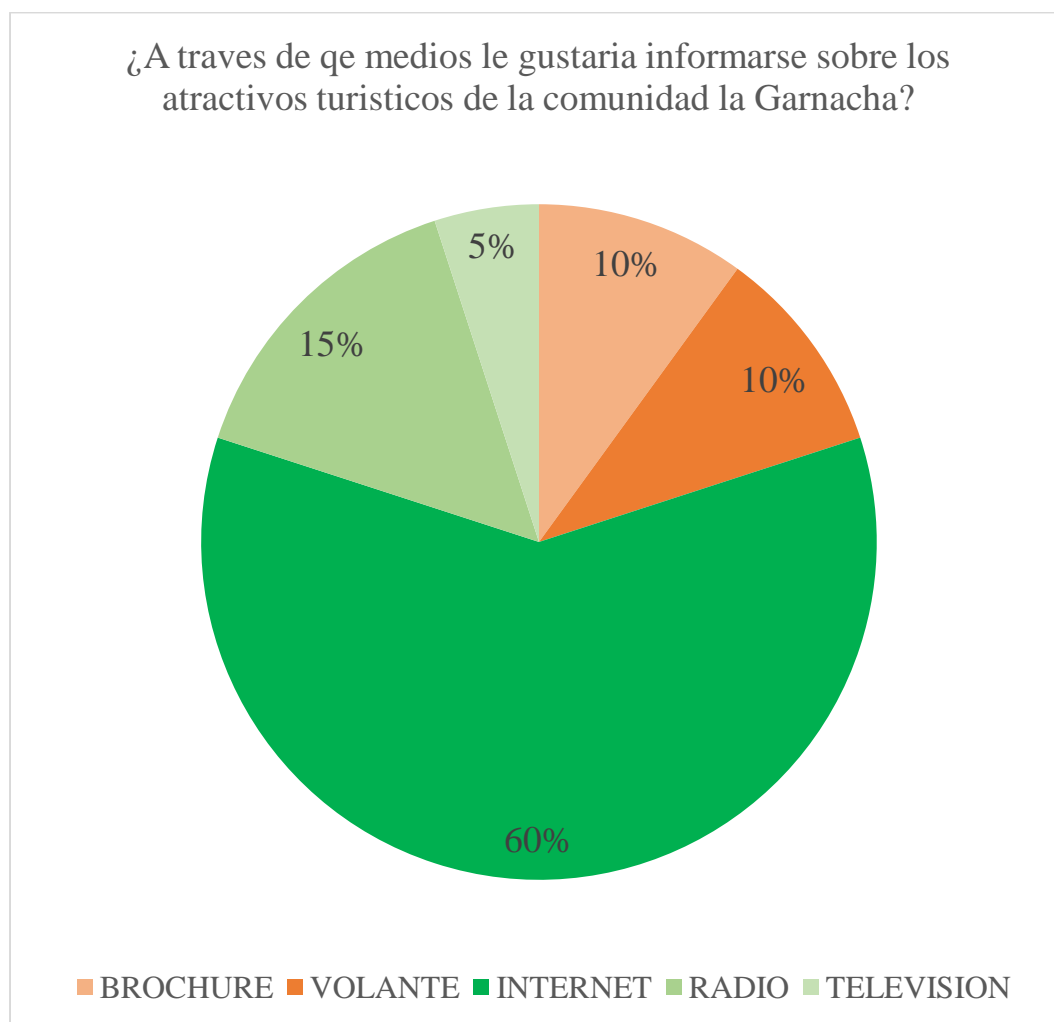
#### Grafico Representativo #3



**Análisis:** Los resultados de las encuestas demuestran que el 97% piensa que si, que al desarrollarse estrategias de promoción y comercialización turística aportaría en gran manera al beneficio de la comunidad y despertar el interés de los turistas además de vivir una experiencia de turismo rural comunitario, conociendo su historia, cultura y el 3% está en desacuerdo.

4- ¿A través de qué medio le gustaría informarse sobre los atractivos turísticos de la comunidad la Garnacha?

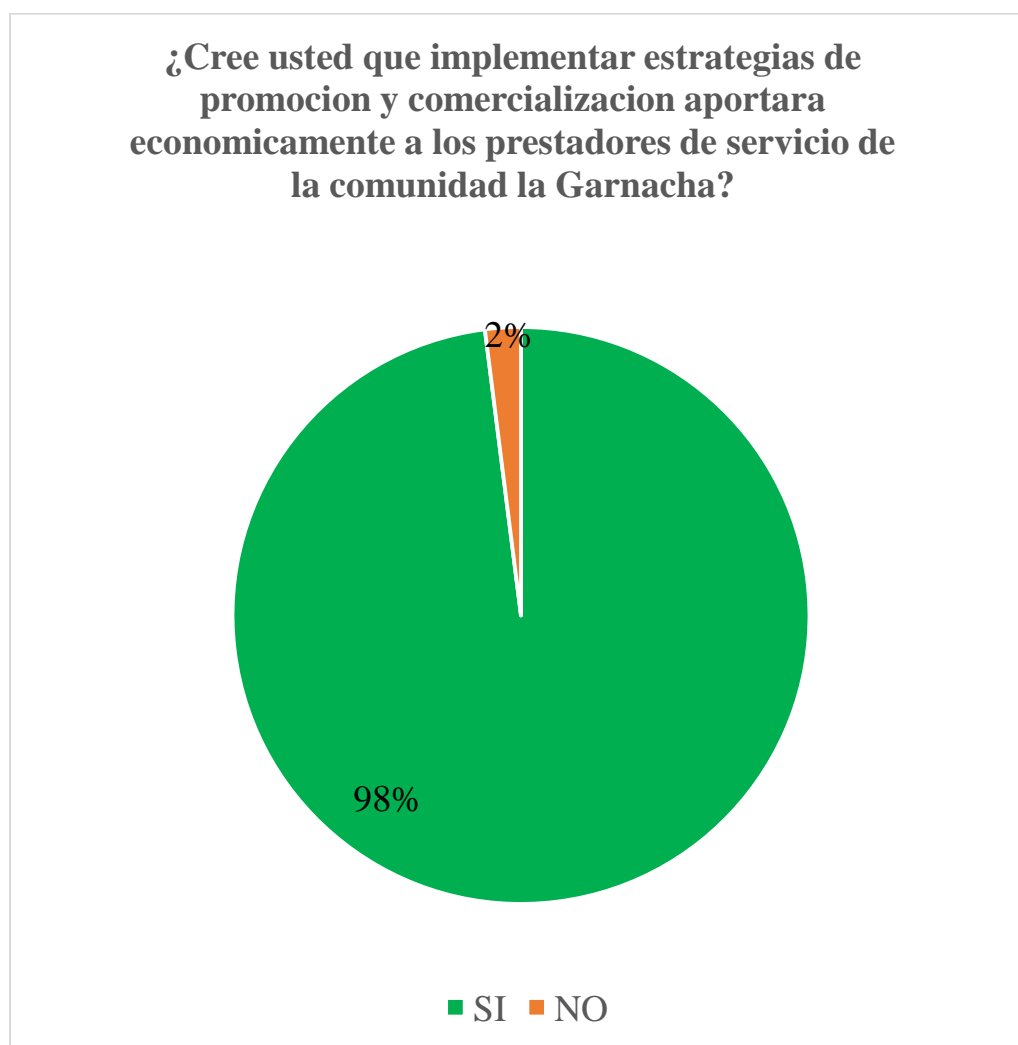
**Grafico Representativo #4**



**Análisis:** Los resultados de las encuestas demuestran que les gustaría recibir información por medio del Brochures un 10%, por internet 60% con más demanda, por volantes un 10%, televisión 5%, por radio 15% de esta manera las personas pueden obtener mejor información sobre los atractivos presentes en la comunidad la Garnacha.

5- ¿Cree usted que implementar estrategias de promoción y comercialización aportara económicamente a los prestadores de servicio de la comunidad la Garnacha?

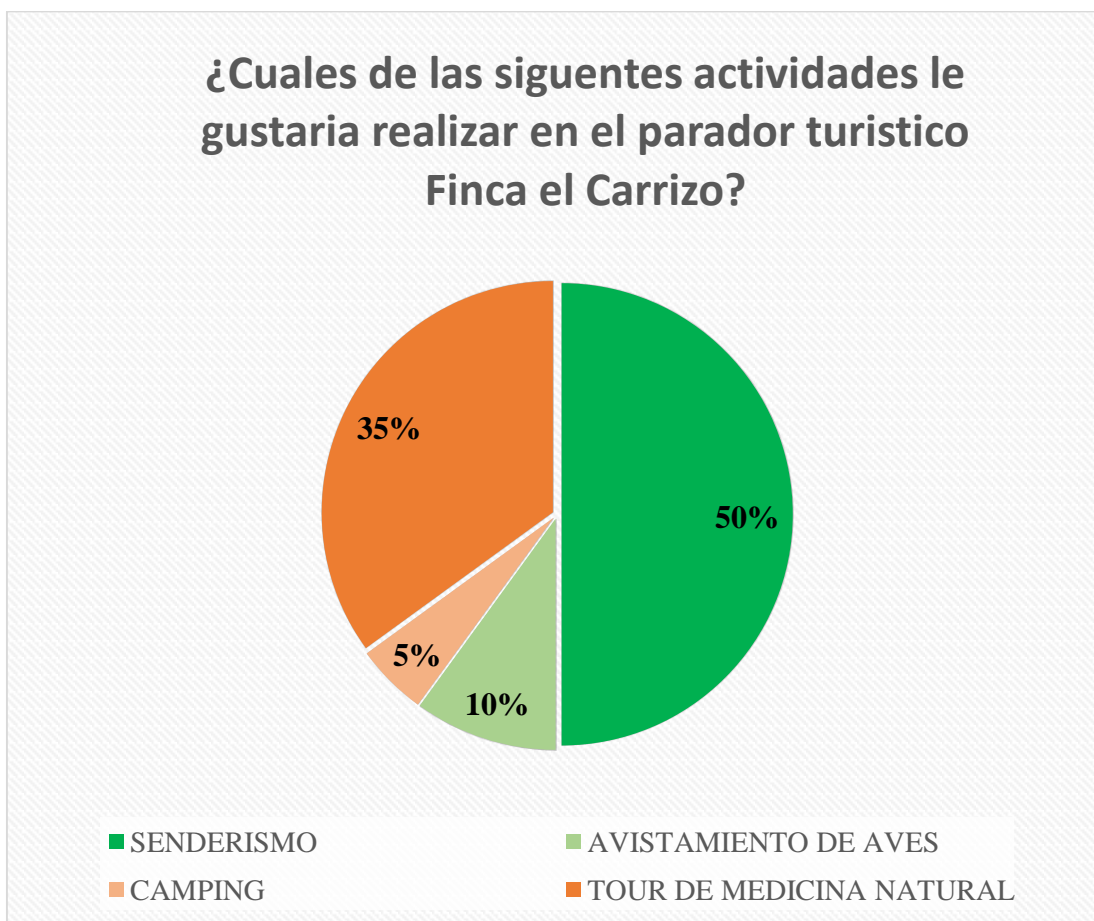
Grafico Representativo #5



**Análisis:** Conforme lo establecido en el siguiente diagrama estadístico el 97% si creen que al implementar estrategias de promoción y comercialización aportará económicamente a los prestadores de servicios esto afirma que están de acuerdo que cambiaría su nivel de vida por cuanto tendrían oportunidades de negocios para ofrecer nuevos servicios y mejorar los productos que actualmente se presentan y el 2% no creen en la implementación.

**6- ¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría Realizar en el parador turístico finca el Carrizo?**

**Grafico Representativo #6**



**Análisis:** Dentro del proceso de investigación se encontró que un 50% le gustaría realizar la actividad de Senderismo, mientras que el 35% Tour de medicina Natural, la actividad de camping un 5% el 10% el avistamiento de aves La mayor parte se enfoca en el senderismo, además se pueden realizar otras actividades que brinda la naturaleza como la observación de la flora y fauna.

7- ¿Considera usted que es importante promocionar los atractivos turísticos de la comunidad la Garnacha?

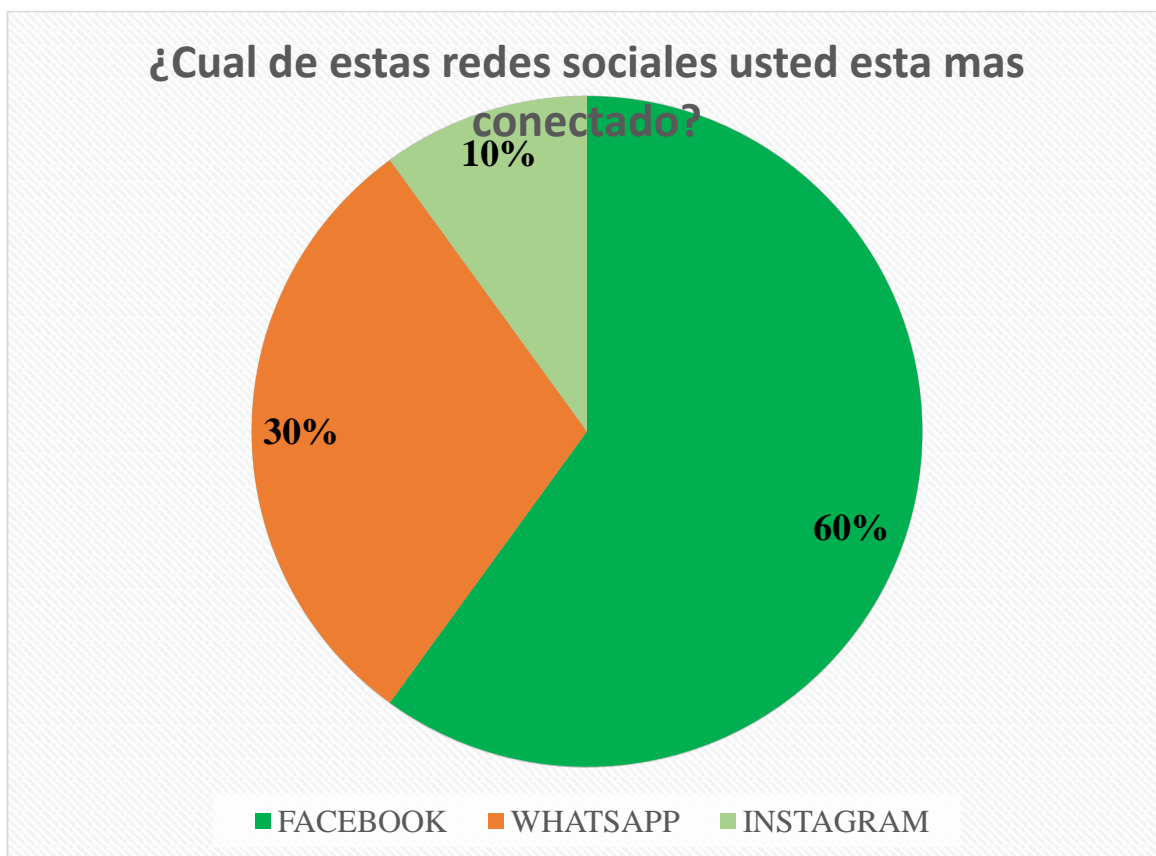
Grafico Representativo #7



**Análisis:** Los resultados de las encuestas en un 98% que si es importante promocionar los atractivos turísticos de la comunidad la Garnacha y un 2% no lo consideran importante.

## 8- ¿Cuáles de estas redes sociales usted está más Conectado?

### Grafico Representativo #8



**Análisis:** Conforme lo demuestra el gráfico estadístico el 60% están más tiempo conectado con el Facebook, el 30% WhatsApp, y el 10% con Instagram. A través de las redes sociales se pueden difundir información de Promoción sobre los destinos turísticos.

Para analizar el desarrollo de la actividad turística presente en el parador finca el Carrizo se utilizó la matriz FODA esto permitió identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el sitio.

### ANALISIS FODA

La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. El análisis FODA permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidad la garnacha cuenta con atractivos turísticos.</li> <li>• Accesibilidad (cuenta con carretera en buen estado y transporte público).</li> <li>• La comunidad cuenta con guías locales dentro de la comunidad.</li> <li>• Cuentan con infraestructura adecuada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reciben apoyo por parte de la Cooperativa ASOPAN.</li> <li>• Dentro de la comunidad se pueden realizar diferentes tipos de turismo.</li> <li>• Participación en ferias turísticas.</li> <li>• Interés por el turismo en zonas naturales y ecológico.</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de promoción turística.</li> <li>• Mala atención al cliente.</li> <li>• Escasa oferta complementaria en alojamiento.</li> <li>• Falta de planificación turística del destino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca afluencia de turistas.</li> <li>• Desastres Naturales.</li> </ul>



## **Caracterización general del parador finca el Carrizo**

### **Caracterización General**

#### **Reseña histórica de la comunidad la garnacha**

La presencia de los hermanos del evangelio en el año 1979 abrió paso a lo que hoy conocemos como una comunidad organizada y con amplios deseos de superación la Garnacha.

Este grupo formado por creyentes y laicos llevaron a cabo muchos proyectos de desarrollo social y religioso entre estos se encuentra la formación de una cooperativa la cual se realizó con un grupo de personas de San Nicolás y un grupo de familias que Vivian como cuidanderos de fincas, la unión de ambos y aprovechando el apoyo de la reforma agraria hizo posible conformar la cooperativa Luis Alfonso Ruiz esta cooperativa se consolido y se formó con 13 familias creando y ubicando el asentamiento del Carmen lo que conocemos hoy en día como la Garnacha, cuyo significado corresponde a la trinchera o pleito. (La prensa, 2002)

La Garnacha es una comunidad que pertenece a la reserva natural Tisey-Estanzuela que tiene un área de 22 mil hectáreas. Dentro de la comunidad se encuentra ubicado el parador turístico finca el Carrizo que cuenta con 18 Manzanas de terreno.

Los habitantes de la Garnacha son quienes administran la comunidad y se encargan de los tours; ellos también trabajan con sus propias manos todos los productos que allí se ofertan, como cooperativa, están bajo el nombre de Asociación Agrícola San Nicolás(ASOPASN).

#### **Clima**

Su clima es templado con temperatura promedio de 24° C; este sitio cuenta con maravillosas montañas de pino, cuevas con murciélagos y maravillosas vistas que se estrechan hacia el Lago de Managua y la cordillera volcánica del pacifico.

#### **Ubicación geográfica**

Ubicada al Suroeste del departamento de Estelí a 22 Km. de la ciudad de Esteli y 135Km de la capital, se encuentra el parador turístico finca el Carrizo dentro de la comunidad la Garnacha.

## **Infraestructura de la Comunidad**

### **Transporte**

Cuenta con un medio de transporte que permite al visitante llegar hasta el destino con diferentes horarios de salida como es desde Estelí tomar el bus en terminal sur hacia La Tejera, bajarse en empalme a La Garnacha, caminar 1.5 km para llegar a la comunidad la Garnacha donde encontrara el parador turístico finca el Carrizo. La salida de Estelí a La Tejera es únicamente a las 6:30 de la mañana y 1: 30 p.m.; la salida desde Estelí es 8: 30 y 3:30 p.m.

### **Energía eléctrica**

La comunidad cuenta con el servicio de energía eléctrica es administrada por UNION FENOSA- DISNORTE-ESTELI con un total de 171 conexiones domiciliare registradas.

### **Agua potable**

La Comunidad cuenta con el servicio de agua potable es administrado por ENACAL, con un total de 140 conexiones aproximadamente para una cobertura de 95%, además cuentan con un sistema continuo de pilas que es administrada por la misma comunidad.

### **Viabilidad**

La Comunidad la Garnacha cuenta con una red vial que le permite la conexión nacional a lo interno del mismo, cerca de carreteras dirigidas diferentes sectores además cerca de la carretera panamericana con una red de caminos de penetración de todo tiempo, de estación seca que comunica el área urbana con la rural. Parte del camino se encuentra adoquinada mientras que por otro lado un poco afectado por las lluvias.

### **Drenaje sanitario**

La comunidad dispone de servicio de drenaje sanitario con 20 conexiones aproximadamente para una cobertura del 25% del total de edificaciones. En el resto del área urbana y rural se hace uso de sumideros o letrinas.

### **Comunicación**

El servicio es administrado por Claro Esteli, brindado por la telefonía CLARO, dispone de antenas digital que brinda servicio a un total de 60 personas, correspondiente a un 20% de cobertura. También existe la telefonía celular con las empresas de Claro y Movistar que abarcan la mayoría de la comunidad.

## **Equipamiento turístico**

La Comunidad la Garnacha cuenta con diferentes atractivos naturales y culturales que son administrados por sus propietarios lo cual brinda diferentes servicios Como; Alojamiento, alimentación entre otros servicios que le permite al visitante disfrutar de su estadía.

## **La comunidad**

Dentro de la comunidad la Garnacha se practica el turismo rural comunitario

Turismo Rural, Según Capiville (2010) define, como la principal motivación de este tipo de turismo es la de conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Comunitario. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, la naturaleza la artesanía.

La comunidad ofrece diferentes actividades que se desarrolla en contacto con la naturaleza y la vida en el campo, ya que el turismo rural comunitario es un turismo familiar dirigido en contacto con la naturaleza, estas se basan en el conocimiento de atractivos naturales y culturales que se encuentran en la comunidad.

Dentro de la primera visita a la comunidad donde se encuentra el parador finca el Carrizo en el primer semestre del presente año se entrevistó al propietario de la Finca Orgánica el Carrizo, Don Reynaldo Rocha. Donde se realizaron diferentes preguntas para conocer más a fondo sobre su problemática.

Nos comentó que empieza a desarrollar la actividad turística por motivación, ya que desde que llegaban de turistas hacer intercambios a la comunidad, él empezó rentando cuarto de su hogar a los distintos turistas. De esta manera despertó su interés de implementar actividades Como un aprovechamiento de sus recursos con que cuenta dicha finca.

Ademas, Dentro los retos logrados uno de ellos fue optar por nuevos conocimientos relacionados con la parte de la sostenibilidad, y fue ahí donde se dio cuenta que la finca contaba con más recursos para la industria turística, como es: la producción y comercialización de productos orgánicos donde se comercializan en ferias. Además, cuenta con transporte propio para el turista.

Don Reynaldo también nos comentaba la manera como está organizada la comunidad, de una manera que cada familia desarrolla diferente actividad lo cual permite ofertar a los turistas un amplio servicio. La comunidad la Garnacha se involucrada en la actividad turística Logrando trabajar en conjunto con las distintas familias donde ofertar diferentes servicios que les permite mejorar su estilo de vida.

Don Reynaldo también nos comentó que, le gusta la idea de implementar estrategia de promoción y comercialización, ya que esto le permitiría dar a conocerse y venderse en el mercado turístico, además, esto le generaría ingresos económicos.

Al implementarse estrategia de promoción y comercialización Don Reynaldo considera también, que será de buen beneficio para darse a conocer mediante las redes sociales a nivel nacionales e internacional.

# Estrategias de promoción y comercialización para el desarrollo turístico del parador turístico Finca el Carrizo.

Para poder diseñar estrategias de promoción y comercialización para el parador finca el Carrizo se realizó un estudio de la oferta y la demanda presente en el sitio.

## Análisis de la oferta y demanda turística del parador finca el Carrizo

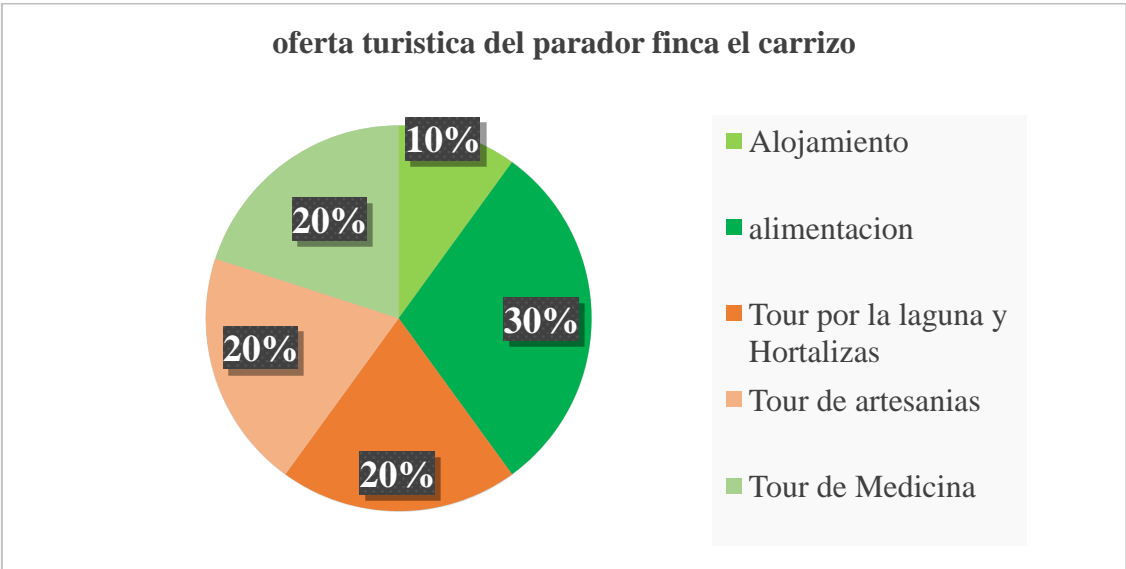
### Oferta

El análisis de la oferta en un mercado turístico permite identificar cual es el comportamiento de esta a través de una serie de tiempo. Además, el tener tanto la tendencia de la oferta turística como de la demanda, permite hacer comparaciones temporales, que permiten identificar si están teniendo el mismo crecimiento y mediante el pronóstico poder determinar si la capacidad proyectada por el destino será menor, igual o mayor que la demanda turística pronosticada.

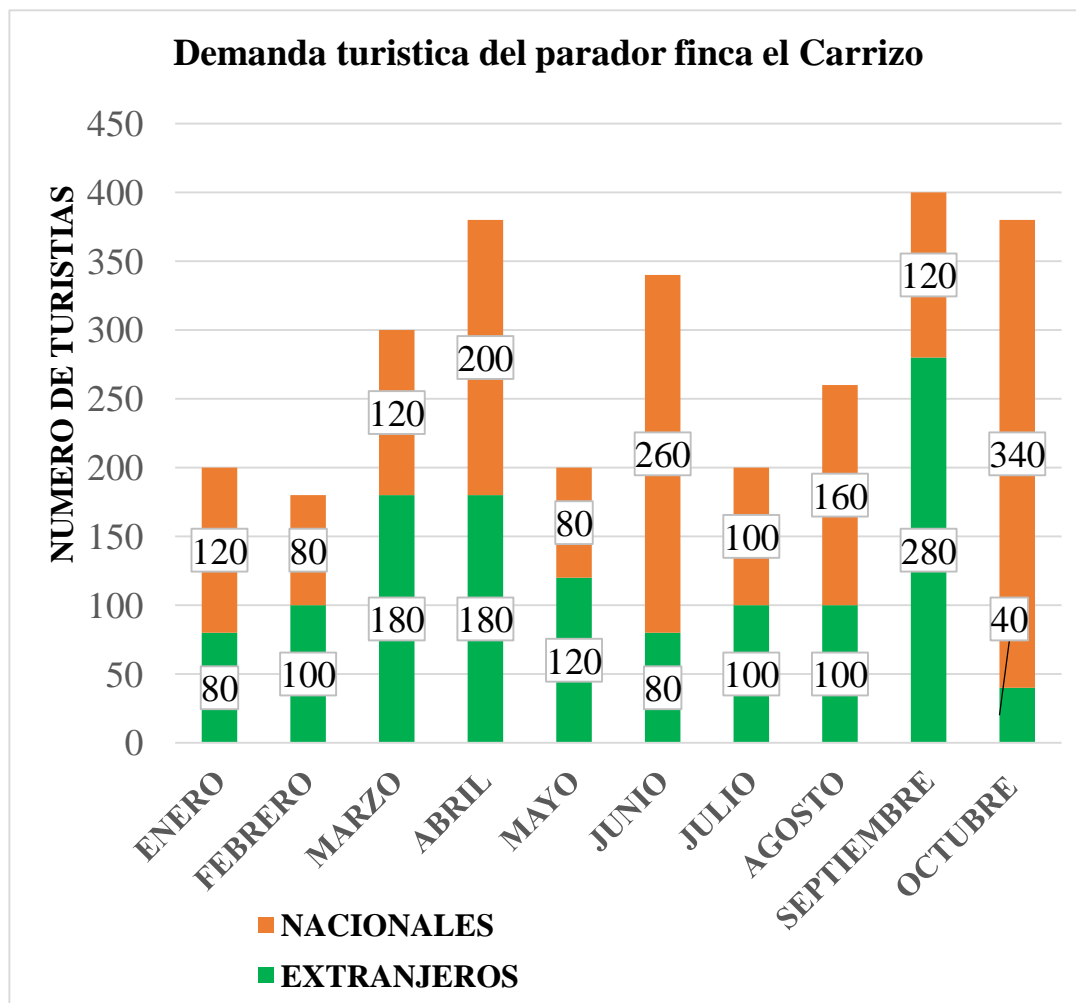
### Los elementos de la oferta turística.

La oferta turística está integrada por partes muy importantes.

- Atractivos turísticos
- Servicios turísticos
- Infraestructura turística
- Recursos turísticos
- Producto turísticos
- Servicios complementarios



Dentro del análisis de la oferta turística en el parador finca el Carrizo, la gráfica representativa refleja un 10% en alojamiento, un 20% en tour por la laguna, hortaliza, el 20% tour de artesanías, 20% tour de medicina natural, Siendo el porcentaje mayor en alimentación con un 30%.



### **Demanda**

El objetivo de esta etapa, es poder hacer un análisis mixto de la demanda real que visita el destino como parte de la investigación se deben tomar como sujetos de estudios la demanda real de un destino, constituida por turistas locales, nacionales y extranjeros, además de prestadores de servicios turísticos. fueron encuestados los prestadores de servicio del destino turísticos, para conocer la percepción que tienen ellos acerca de la demanda turística.

A continuación, mediante un gráfico presentativo se presentan los resultados de la demanda turística actual en el parador turístico finca el Carrizo.

El grafico refleja que los meses con menor afluencia de turistas, son los meses de enero, Febrero, Mayo, Julio y Agosto esto se debe a que el segmento de mercado internacional en cual existe que para el segmento sea el tiempo de encontrarse en periodos laborales, esto no permiten que los visitantes de diferentes países internacionales no procedan a visitar el lugar. A partir de esto se ve la importancia de diseñar estrategias de promoción y comercialización dirigidas especialmente a estos meses de temporada baja.

En cambio, se puede apreciar que los meses de mayor afluencia son Marzo, Abril, Junio, Septiembre y Octubre.

Para el desarrollo de dicho objetivo se diseñaron estrategias de promoción y comercialización turística como: brochure, Volante, página en Facebook a demas se elaboró un paquete turístico para el parador finca el carrizo, el cual fue promocionado y comercializado de manera que mediante estas estrategias se diera a conocer el sitio al público, aumentar el número de visitantes y generar ingresos económicos para Don Reynaldo y su familia.

## Brochure

Mediante la elaboración del brochure como una estrategia de promoción y comercialización, se dio a conocer el parador finca el Carrizo, ya que el Brochure fue impreso con 100 copias que fueron distribuidas en el sitio y diferentes prestadores de servicios turisticos.

The brochure is divided into several sections:

- Map Section:** A map of Honduras showing the route from Somoto to Estelí. Key locations include El Espino, Somoto, Estelí, La Garnacha, and the Estación de Guardaparques Centro de Visitantes. The Reserva Natural Meseta del Tisey-Estanzuela is also highlighted.
- Header:** A green box with the text "¿Como llegar?".
- Description:** An orange box containing the text: "Finca orgánica 'El Carrizo', cuenta con 18 manzanas, esta situado en la comunidad La Garnacha que se encuentra en la Reserva natural Tisey-Estanzuela en el municipio de San Nicolás, departamento de Estelí."
- Contact Information:** A green box with the following details:
  - Finca el Carrizo
  - Cel. 85244764
  - Facebook: Finca el Carrizo
  - Propietario: Reinaldo Rocha
- Image:** A photograph of a sunset over a landscape, with the text "Finca 'EL Carrizo'" overlaid at the bottom.



El brochure contiene parte de la información más importante como es, la información del propietario, actividades que el turista puede realizar al momento de visitar el parador y servicios que ofrece el lugar.

### **Volante**

La elaboración del volante se creó con el objetivo de que este pudiese ser impreso y se reprodujera en aquellas empresas que se desarrollan en el ámbito del turismo, como agencias de viajes, hoteles, centros turísticos entre otros.

El volante es el medio publicitario más económico y eficiente. El volante ha demostrado ser uno de los mejores medios para promover productos o servicios.



Por su simplicidad y bajo costo de producción, el volante sigue siendo una de las acciones de marketing más utilizadas por los anunciantes, no obstante, pocos se fijan en la efectividad y el alcance que tiene este tipo de estrategia.

## Volante



### Actividades

- Avistamiento de aves
- Senderismo
- Tour del proceso de artesanía
- Tour de hortalizas y visita a la Laguna

### Servicios

- Transporte
- Alimentación
- Alojamiento
- Guiado de Turista.



### Contáctenos

Teléfono: 8425-4764

Una de las más grandes ventajas del servicio de repartición de volantes es la posibilidad de llegar a los clientes potenciales que están cercanos a un negocio, es una manera sencilla y eficiente de distribuir la información.

La publicidad por vía volante impreso, es un medio publicitario bastante utilizado por los pequeños negocios. El volante funciona muy bien para muchos tipos de negocios como estrategia publicitaria. Entre las principales ventajas que tiene el volanteo están:

**Publicidad por Ubicación y Segmentación:** Se podrán elegir las zonas en donde se repartirán los volantes y el público a quién le será distribuido.

## Página Web (Facebook)

Dentro de las estrategias de promoción y comercialización se creó una pág en Facebook Para promocionar los productos del parador finca el Carrizo, para informar a todas las personas que tengan interés en visitar el sitio, para ofrecer información, realizar ventas, compartir fotos.



## **Paquete turístico para el parador turístico Finca el Carrizos.**

Otra de las estrategias de publicidad fue la elaboración de un paquete turístico para el parador finca el Carrizo, esta fue una de las estrategias más importante y factible de la investigación, debido a que al elaborar el paquete este pudo ser promocionado y se comercializado a diferentes grupos, lo cual genero beneficios para el propietario Don Reynaldo y su familia.

El paquete turístico se ha convertido en una de las opciones más atractivas ya que estos servicios todo incluido, tiene un largo proceso tras de sí. Donde se escoge el destino estableciendo diferentes etapas, horarios, alojamiento y alimentación en el lugar, entre otros factores, hasta confeccionar una propuesta acorde a los gustos y preferencias del visitante.

Ademas de la gestión, pues cada uno tiene sus satisfacciones, o favoritismos, Es por ello que una vez confeccionado se adapta al perfil del turista y en ciertos casos, incluso se le realizan algunos ajustes personalizados.

El paquete turístico así mismo ahorra todos estos problemas, primero porque todos los puntos básicos desde su producto principal y sus complementos. van a estar incluidos, totalmente disponibles. Automáticamente este beneficio resuelve el precio del conjunto ya que viene señalado, sabiendo exactamente la cantidad que se puede gastar.

A continuación, mediante la siguiente tabla se presenta los grupos que se interesaron, adquirieron y compraron el paquete turístico. Por sus diferentes actividades a realizar y los servicios que se establecen. Lo cual se manifiesta que genero ingresos al propietario de igual manera a su familia.

**TABLA Grupos que compraron el Paquete Turístico**

<b>N. GRUPO</b>	<b>N. PERSONAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>INGRESOS</b>
<b>Grupo #1 05/04/17</b>	<b>4</b>	<b>Alimentación (Desayuno- Almuerzo) Tour de Hortalizas Tour de Medicina Natural Alojamiento</b>	<b>U\$140</b>
<b>Grupo #2 18/04/17</b>	<b>9</b>	<b>Alimentación (Desayuno- Almuerzo) Tour de Artesanías Alojamiento Tour de Medicina Natural</b>	<b>U\$315</b>
<b>Grupo #3 26/08/17</b>	<b>6</b>	<b>Alimentación (Desayuno- Almuerzo) Tour por la laguna Alojamiento Tour de Medicina Natural</b>	<b>U\$210</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>U\$665</b>

De acuerdo al presupuesto establecido por parte de Don Reinaldo y su familia, mediante la siguiente tabla se presenta el costo individual de cada uno de los servicios brindados, lo cual permitió establecer el costo total del paquete turístico diseñado.

**TABLA Precios establecidos de servicios ofertados por la Finca el Carrizo**

Servicios	Precio	
Alojamiento	\$10	
Alimentacion	\$6	
Tour del proceso de artesanías	\$4	
Tour de medicina natural	\$5	
Tour de Hortaliza y Visita a la Laguna	\$5	
Guiado de turista	\$5	
Costo por persona	Total	\$35

## PAQUETE TURISTICO 2 DIAS Y UNA NOCHE

### “Disfruta las Montañas del Norte”

#### INCLUYE

- Transporte
- Alojamiento
- Alimentación
- Guiado de Turista

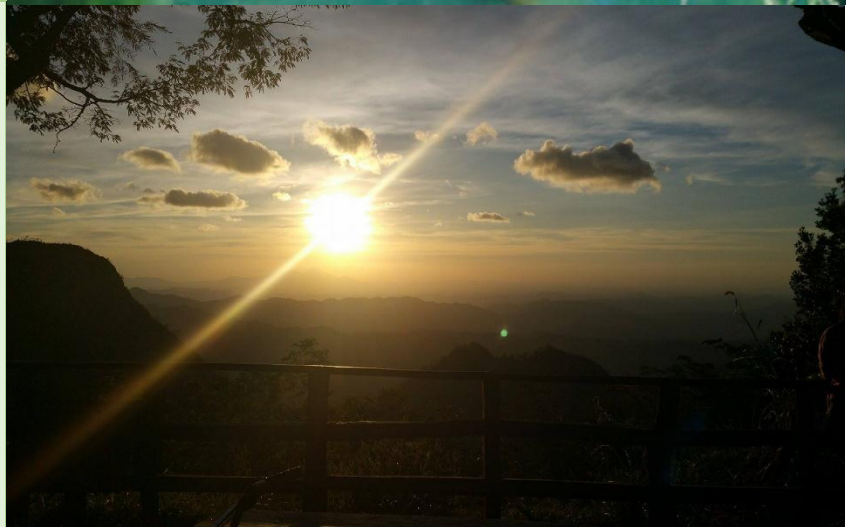


#### ACTIVIDADES:

- Senderismo
- Avistamiento de Aves
- Tour Proceso de Artesanías
- Tour de Hortalizas y visita a la laguna

Costo Individual: \$35

Grupos mayores de 10, \$30 dólares por persona.



## ITINERARIO

### PRIMER DIA

ACTIVIDAD	LUGAR	HORA
Desayuno	Finca el carrizo	7:00am- 7:30am
Bienvenida	Finca el carrizo	08-09 am
Recorrido por la comunidad	La Garnacha	9.30am
Almuerzo	Finca el Carrizo	12:00pm-1:15pm
Tour de artesanías piedra Marmolina	Comunidad la Garnacha	1:15pm-02pm
Tour de Hortalizas	La Garnacha	2:00pm-4:00pm
Avistamiento de aves	La Garnacha	04:00pm-5:30pm
Cena	Finca el Carrizo	6:00pm

### SEGUNDO DIA

Desayuno	Finca el Carrizo	8:00am-8:30am
Recorrido por la Finca	Finca el Carrizo	11:30am-12:00md
Almuerzo	Finca el Carrizo	12:00md-1:30pm
Medicina Natural y masaje	La Garnacha	1:30pm-2:30pm
Recorrido Laguna el Carrizo	Comunidad la Garnacha	2:30pm-4:pm
Regreso a lugar de origen	-	4:30pm



## VII. CONCLUSION

Mediante el trabajo de campo realizado a través de la aplicación de diferentes herramientas utilizadas se llega a la conclusión: Se establecieron estrategias de promoción y comercialización para el parador finca el Carrizo.

El parador finca el carrizo cuenta con atractivos naturales, culturales e históricos y gran potencial turístico como es su producto principal, la laguna natural, y sus complementarios son: cueva el duende, esculturas de piedra de Don Alberto, cerro Apaguajil.

Se caracterizaron atractivos turísticos naturales, culturales e históricos mediante un inventario de atractivos.

Se analizó el desarrollo de la actividad turística del parador finca el Carrizo, utilizando la matriz FODA. Lo cual permitió conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. De esta manera se observó en qué estado se encontraba la finca.

Se diseñaron estrategias de promoción y comercialización para el desarrollo turístico del parador finca el carrizo. Lo cual brindo información a través de brochure, volantes, y la página web como es Facebook. Donde se refleja que estos medios como es la tecnología han sido de gran importancia. Ya que a partir de estas herramientas ayudan a que el sitio pueda ser conocido tanto por turistas nacional e internacionalmente mediante estas estrategias, a demás diferentes grupos conocieron y visitaron la finca del propietario Don Reynaldo Rocha. Lo cual esto genero beneficios económicos al propietario y a su familia.

## VIII. RECOMENDACIONES

Como equipo de trabajo daremos las siguientes recomendaciones dirigidas al propietario del parador turístico finca el Carrizo Don Reynaldo Rocha propietario:

- Continuar actualizando la página Web. (Facebook, Parador turístico finca el Carrizo).
- Realizar un análisis de costo beneficio con alguien especializado. En cuanto a precios de los servicios a ofertados.
- Fortalecer el servicio de alimentación mediante la elaboración de un menú.
- Tomar en cuenta las buenas prácticas de sostenibilidad para el desarrollo del sitio.
- Estar en constante capacitación para el buen manejo de los servicios turísticos.

## VII. BIBLIOGRAFÍA

- Fait, M. (Abril de 2012). *Mauricio Fait*. Obtenido de Datos cuantitativos y cualitativos.
- Castro, R. (2010). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Fabbri, M. S. (1998). *tecnicas de investigacion* .
- Gestión de Destinos turísticos*. (2010). Obtenido de Destino turístico .
- Guía de Turismo Comunitario Feptce* . (2006).
- La prensa . (2002). *Historia de la comunidad la Garnacha*.
- Marketing-Free.com*. (s.f.). Obtenido de Marketing .
- Martin , J. (2009). *Demanda Turística* .
- Organizacion Mundial del Turismo ( OMT)* . (s.f.). Obtenido de Definicion de turismo .
- perez. (2006). *inventario turistco*.
- Rainforest Alliance*. (2000). Obtenido de Atractivo turístico .
- Rainforest Alliance*. (2000). Obtenido de Rainforest Alliance.
- Rainforest Alliance*. (2005). Obtenido de Guia turístico.
- Sampieri, R. (2009). *Metodologia de la Investigacion* .
- Sampieri, R. (2009). *Metodologia de la Investigacion* .
- Secretaria de turismo* . (Mayo de 2015). Obtenido de Turismo Cultural.
- Slide Share*. (Abril de 2010). Obtenido de Definiciones de Atractivos Naturales .
- Sutil, A. (2009). *Turismo*.

# ANEXOS

## Anexo 1:Entrevista dirigida al propietario



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria**  
**UNAN-MANAGUA; FAREM-ESTELI**  
**Recinto universitario Elmer Cisneros Moreira**  
**Departamento de ciencia tecnología y salud**

Entrevista dirigida al propietario de la finca el Carrizo

Objetivo de la Entrevista: Conocer el estado actual de la finca el Carrizo

1. ¿Dónde se encuentra ubicada la finca? ¿cuenta con buena accesibilidad?  
¿Qué Características posee la finca?
2. ¿Con que recursos turísticos cuenta la finca?
3. ¿Qué tipos de hortalizas producen?
4. ¿Cuántas personas trabajan en la finca?
5. ¿Cuáles son las debilidades que presenta la finca en el desarrollo de la actividad turística?
6. ¿Cómo nace la idea de desarrollar la finca dentro de la actividad turística?
7. ¿Cree usted que la actividad turística genera cambios positivos?
8. ¿Qué retos ha logrado durante el desarrollo de la actividad turística?
9. ¿Cómo está organizada la comunidad?
- 10.¿Se involucra la comunidad en la actividad turística?
- 11.¿Le gustaría implementar estrategia de promoción y comercialización para la Finca Orgánica el Carrizo?
- 12.¿De qué manera dan a conocer la finca al público?
- 13.¿Recibe apoyo por parte del INTUR o alguna cooperativo e organización?
- 14.¿Considera importante darse a conocer a nivel nacional e internacional?
- 15.¿Con cuanto guía cuenta la finca? ¿están capacitados?

## Anexo 2: Encuesta dirigida a pobladores y visitantes



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria**

**UNAN-MANAGUA; FAREM-ESTELI**

**Recinto universitario Elmer Cisneros Moreira**

**Departamento de ciencia tecnología y salud**

Encuesta dirigida a pobladores de la comunidad la  
garnacha y visitantes del parador turístico finca el Carrizo

Objetivo de la encuesta: Somos estudiantes de la carrera turismo sostenible de la facultad regional multidisciplinaria de Esteli el objetivo de aplicar la siguiente encuesta recopilar información necesaria para desarrollar nuestro tema de investigación, Propuesta de promoción y comercialización turística.

1- ¿Conoce Usted el Parador Turístico Finca el Carrizo?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

2- ¿Alguna vez ha visitado alguna página web del parador turístico finca el carrizo?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

3- ¿Ha recibido alguna información del parador turístico finca el carrizo?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

4- ¿Opina que la promoción y comercialización traerá beneficio para el desarrollo turístico de la comunidad?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

5- ¿Cree usted que implementar estrategias de promoción y comercialización a portar beneficios a los prestadores de servicios de la comunidad?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

6- ¿Considera importante el desarrollo turístico en el parador finca el carrizo?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

7- ¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría realizar en el parador turístico finca el carrizo?

Senderismo \_\_\_\_\_

Avistamiento de aves \_\_\_\_\_

Tour de Medicina Natural \_\_\_\_\_

Tour de Hortaliza y visita a la laguna \_\_\_\_\_

8- ¿Cree que es importante promocionar los atractivos turísticos de la comunidad la Garnacha?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

9- ¿Estaría dispuesto a pagar un paquete turístico con un costo de 35 \$ de 2 días y una noche?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

10- ¿Le gustaría a usted conocer el Parador Turístico Finca el Carrizo?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

### Anexo 3: Fotografías

#### Grupos que compraron el paquete turístico

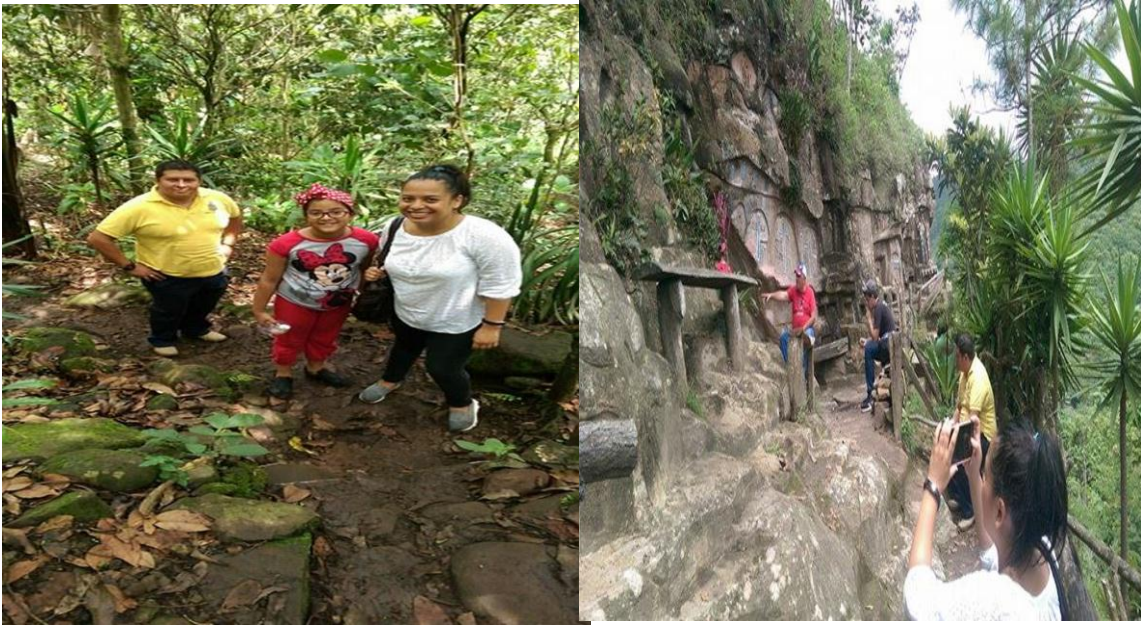






**Fuente propia**





Fuente Propia

