



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

**Propuesta de desarrollo turístico para Estancia Puesta del Sol,
comunidad El Sontule, Mirafior, departamento de Estelí, durante
el segundo semestre del 2019.**

Tesis para optar
al grado de

Licenciado en Turismo Sostenible.

Autor/ Autores

Claudia Mileydi Figueroa López

Dara Jaritza López Lagos

Maykeling Gissell Rizo Salgado

Tutor o tutora

MSc. Mariela Gutiérrez Hernández.

Estelí, enero 2019.





UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

**Propuesta de desarrollo turístico para Estancia Puesta del Sol,
comunidad El Sontule, Mirafior, departamento de Estelí, durante
el segundo semestre del 2019.**

Tesis para optar
al grado de

Licenciado en Turismo Sostenible.

Autor/ Autores

Claudia Mileydi Figueroa López

Dara Jaritza López Lagos

Maykeling Gissell Rizo Salgado

Tutor o tutora

MSc. Mariela Gutiérrez Hernández.

Estelí, enero 2019.



CARTA AVAL

A través de la presente hago constar que: **Claudia Mileydi Figueroa López, Dara Jaritza López Lagos y Maykeling Gissell Rizo Salgado**, estudiantes de la Licenciatura en Turismo Sostenible, han finalizado su trabajo investigativo en el tema **“Propuesta de desarrollo turístico para Estancia Puesta del Sol, comunidad El Sontule, Mirafior, departamento de Estelí, durante el segundo semestre del 2019”**.

Este trabajo fue apoyado metodológicamente y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como sus respectivas conclusiones. Después de revisar la coherencia, contenido y la incorporación de las observaciones brindadas por la docente metodóloga y consultas realizadas a especialistas en el tema, considero que el mismo hace una aportación significativa al conocimiento y dando aportes relevantes a los territorios.

También, la amplia literatura científica relacionada con el tema indicado evidencia que ocupa un lugar importante entre los desarrollos recientes en proceso de licenciatura en la facultad.

Por consiguiente, valoro que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa y, por lo tanto, está listo para ser entregado ante la institución rectora.

Dado en la ciudad de Estelí a los 10 días del mes de febrero del 2020.

Atentamente.

MSc. Mariela Gutiérrez Hernández

Tutora de tesis.

Agradecimiento.

“Todos los grandes logros requieren tiempo” Maya Angelou.

Agradecemos primeramente a Dios por habernos permitido cumplir con nuestra meta como estudiantes, porque hasta hoy nos ha dado salud, sabiduría, fuerzas y entusiasmo para lograr lo propuesto.

Nuestro profundo agradecimiento a nuestros padres que con amor, esfuerzo y sacrificio nos han brindado su apoyo incondicional a lo largo de estos 5 años, porque con cada consejo, regaño y palabras de motivación nos empujaban a crecer como profesionales.

También queremos agradecer a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua), Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM-Estelí), por darnos la oportunidad de formarnos como profesionales de calidad.

Expresamos nuestra gratitud a las autoridades y docentes de nuestra universidad que con sus conocimientos, sabiduría, paciencia y experiencias han sido parte fundamental para la culminación de la carrera.

A nuestra tutora de Tesis MSc. Mariela Gutiérrez extendemos nuestro más grato y profundo agradeciendo, ya que con su amor, paciencia, dinamismo, entusiasmo y conocimiento nos ha guiado a la culminación de este trabajo.

Finalmente agradecemos al Sr. Iván Villarreina y esposa, propietarios de Estancia Puesta del Sol que nos abrió las puertas de su negocio y confiaron en nuestros conocimientos y a todas las demás personas que de una u otra manera nos han brindado apoyo para la realización exitosa del presente trabajo.

Dedicatoria.

Dedicamos:

A Dios primeramente por permitirnos llegar hasta este punto de nuestra vida y obtener uno de nuestros más grande anhelos por el cual llevamos años de trabajo y esfuerzo.

A nuestros padres que son el pilar fundamental para nuestro crecimiento, porque sin ellos no estamos completos y que gracias a su apoyo sentimental y económico no nos han dejado en el camino.

A nuestros maestros por su cariño, apoyo, amistad y paciencia.

A todos aquellos familiares, amistades y personas importantes, que nos han acompañado en esta etapa de nuestra vida.

Resumen.

En el presente documento se muestra una propuesta de desarrollo turístico, la cual tiene por objetivo *“Diseñar una propuesta de desarrollo turístico en Estancia Puesta del Sol, comunidad el Sontule, Miraflor departamento de Estelí.”*

Dentro del proceso metodológico, la investigación se trabajó con el enfoque filosófico de tipo cualitativa ya que esta utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación, que por su nivel de profundidad es un estudio descriptivo porque describe la situación presente en Estancia Puesta de Sol, sus condiciones de infraestructura, actividades, oferta, demanda, a su vez es explicativa porque de manera sistemática se relacionan las distintas variables y etapas del proceso de planificación turística, de corte transversal realizada en un tiempo comprendido del segundo semestre de 2019.

Entre los principales datos obtenidos se destaca el estado actual de la estancia, con sus diferentes servicios y atractivos turísticos a disposición del turista, también el diseño de un modelo análogo de alojamiento y un plan de Marketing para promoción y posicionamiento de dicha estancia.

Palabras Claves: desarrollo turístico, modelo análogo 3D, marketing turístico.

Contenido.

Agradecimiento.	1
Dedicatoria.	2
Resumen.	3
Índice de cuadros.	7
Índice de figuras.	8
I. Introducción.	10
1.1. Antecedentes.	12
1.2. Planteamiento del problema.	14
1.3. Formulación del problema.	16
1.4. Justificación.	17
II. Objetivos.	19
2.1. Objetivo General.	19
2.2. Objetivos Específicos.	19
III. Preguntas Directrices.	20
IV. Marco teórico.	21
2.1. Turismo.	21
2.2. Turismo Sostenible.	21
2.3. Turismo Rural.	22
2.4. Desarrollo Turístico.	22
2.5. Plan de desarrollo turístico.	22
2.6. La oferta.	23
2.7. Demanda.	23
2.8. Marketing.	24

2.9. La publicidad.....	24
2.10. Infraestructura.	25
2.11. Modelo Análogo.....	26
2.12. Diseño 3D.	26
2.13. Estancia.	26
2.14. Alojamiento.....	27
2.15. Tipología de Alojamiento.	27
.....	27
V. Operacionalización de variables.	29
VI. Diseño metodológico.	33
6.1. Descripción del área.....	33
6.1.1. Estancia Puesta Del Sol.	33
6.1.2. Misión.....	34
6.1.3. Visión.....	34
6.2. Tipo de estudio.	35
6.2.1. Según su enfoque.....	35
6.2.2. Según su propósito.	35
6.2.3. Según el tiempo.....	36
6.2.4. Según el tipo de diseño.....	36
6.3. Universo / Población.	37
6.4. Muestra.	37
6.4.1. Selección de la muestra.	37
6.5. Técnicas de recolección de datos.....	38
6.6. Técnicas de procedimientos y análisis de datos.	39
Fase nº1: Selección de tema.....	39

Fase nº2: Planificación.....	40
Fase nº3: Elaboración de instrumentos.	40
Fase nº4. Trabajo de Campo.....	40
Fase nº5. Análisis de datos.....	40
Fase nº6. Documento final.	40
VII. Análisis y discusión de resultados.	41
7.1. Resultado N°1.....	41
7.2. Resultado N°2.....	46
7.3. Resultado N°3.....	57
VIII. Conclusiones.....	70
IX. Recomendaciones.....	71
X. Bibliografía.....	72
XI. Anexos.....	75
Anexo 1. Instrumentos de recolección de datos.	75
Anexo 2. Presupuesto.	84
Anexo 3: Infografía.....	87

Índice de cuadros.

Tabla 1 Operacionalización de Variables.	29
Tabla 2 Recursos turísticos.	43
Tabla 3 Atractivos turísticos.	43
Tabla 4 Servicios turísticos.	44
Tabla 8 Ventajas y desventajas de sistema de paneles solares.	56
Tabla 9 Estrategia Logotipo.	58
Tabla 10 Estrategia de Marketing. Brochure.	60
Tabla 11 Estrategias de Marketing digital.	63
Tabla 12 ficha caracterización de recursos.	81
Tabla 13 Ficha de caracterización de recursos	83
Tabla 14 Presupuesto Cabaña N°1	84
Tabla 15 Presupuesto. Cabaña N° 2 Y 3.	86

Índice de figuras.

Ilustración 1 Mapa Satelital de la comunidad El Sontule, Miraflores Moropotente....	33
Ilustración 2 Tipo de Estudio.....	35
Ilustración 3 Estancia Puesta del Sol actualmente.....	41
Ilustración 4 Análisis FODA.	42
Ilustración 5 Cabaña N°1. Fachada principal.....	46
Ilustración 6 Vistas de día, Cabaña 1.....	47
Ilustración 7 Fachada de día. Cabaña 1.	47
Ilustración 8 Interior cabaña 1.	48
Ilustración 9 Cabaña N°1. Área de Cocina y terraza.	48
Ilustración 10 Cocina Cabaña 1.	49
Ilustración 11 Cabaña N°2. Fachada principal.....	50
Ilustración 12 Cabaña N°2. Fachada principal de día.	50
Ilustración 13 Cabaña N°3, Fachada de noche.	51
Ilustración 14 Cabaña N°3, Fachada de día.	52
Ilustración 15 interiores Cabañas. Baño.	53
Ilustración 16 Interior Cabaña N.º 1.	53
Ilustración 17 Modelo Análogo.	54
Ilustración 18 Logotipo.....	59
Ilustración 19 Logotipo con Slogan.....	59
Ilustración 20 Frente Brochure	61
Ilustración 21 Interior Brochure.	62
Ilustración 22 página de Facebook.	64
Ilustración 23 Pagina de Instagram.....	65
Ilustración 24 Snapchat.....	66
Ilustración 25 Pagina de Twitter.....	67
Ilustración 26 WhatsApp Business.	68
Ilustración 27 Frente Estancia Puesta del Sol.....	87
Ilustración 28 Entrada principal de la Estancia	87
Ilustración 29 Vista panorámica a 25 metros de la estancia.	88
Ilustración 30 Entrevistando.	88

Ilustración 31 Visita de campo. Compartiendo en familia.	89
Ilustración 32 Huerto familiar.	89
Ilustración 33 Recorriendo la comunidad El Sontule.	90
Ilustración 34 Recorriendo el terreno de estudio.	90
Ilustración 35 Tardes Familiares. Estancia Puesta del Sol.	91
Ilustración 36 Visitantes en Estancia Puesta del Sol.	91
Ilustración 37 Mirador Natural. El Sontule.	91
Ilustración 38 Vistas El Sontule Mirafior.	91
Ilustración 39 Mañanas en Estancia Puesta del Sol.	92
Ilustración 40 Mañanas en Mirafior.	92
Ilustración 41 Vía de acceso. El Sontule Mirafior.	92
Ilustración 42 Tarde en Estancia Puesta del Sol.	92

I. Introducción.

El turismo constituye hoy en día una de las estrategias fundamentales de desarrollo en diferentes países y una significativa fuerza económica en el mundo. Según La Organización Mundial de Turismo (OMT, s.f.) en este siglo la industria turística será considerada como el primer sector de la economía mundial que experimentará un mayor crecimiento en inversión de capital y empleo.

Según el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR, s.f.), el turismo rural comunitario en Nicaragua es muy relevante, en los últimos años las cooperativas, familias campesinas, comunidades y asociaciones se han organizado y puesto en marcha iniciativa turísticas a lo largo de todo el país, es un turismo gestionado, promovido por los propios pobladores del campo que encuentran esta actividad un rubro económico una forma más de complementar su economía.

En la ciudad de Estelí la actividad turística ha ido en gran aumento, con una tasa de crecimiento de aproximadamente el 20.5 % en el año según (INTUR, s.f.), ya que es un departamento montañoso que guarda numerosos parajes naturales relevantes que actúan como atractivo turístico como es el paisaje terrestre protegido Mirafior Moropotente ubicado a 25 km de la ciudad de Estelí que cuenta con gran diversidad de flora y fauna, recursos naturales que permiten la práctica de un sin número de actividades turísticas cada día más crecientes en la zona, exigiendo productos y servicios innovadores.

Para la elaboración de este trabajo, fue necesario involucrar a los propietarios de Estancia Puesta del Sol y un experto en diseño 3D.

El documento contiene XI capítulos en los cuales se desarrolla la investigación, el capítulo I introduce, presenta antecedentes, planteamiento del problema, formulación del problema y justificación, el capítulo II refleja los objetivos planteados en la investigación, en el capítulo III encontramos las preguntas directrices que

orientan la presente investigación, seguido en el capítulo IV se incluye en marco teórico con todos los diferentes conceptos básicos para el soporte teórico de la investigación, en el capítulo V engloba el cuadro de operacionalización de variables con las variables e indicadores que facilitan el proceso de la investigación; seguido de esto, el capítulo VI muestra el diseño metodológico el cual explica el proceso de la presente investigación, en el capítulo VII encontramos el análisis y discusión de resultados obtenidos a lo largo del procesos investigativo, para ir finalizando en el capítulo VIII y IX se reflejan las conclusiones y recomendaciones respectivamente, en el capítulo X se presenta la bibliografía y por último en el capítulo XI encontramos los anexos que complementan la investigación.

Se seleccionó Estancia Puesta del Sol Mirafior - Moropotente, porque es una estancia en vías de desarrollo, la cual no cuenta con asesoramiento específico, pero tiene el potencial necesario para posicionarse en el mercado.

Se espera que, a partir de este trabajo investigativo, Estancia Puesta del sol logre un posicionamiento estratégico, brindando un servicio de calidad a los visitantes.

El presente documento, será de gran utilidad para las futuras generaciones, sirviendo de fundamentación, antecedente y motivación para planes de desarrollo futuros.

1.1. Antecedentes.

Para proceder a la presente investigación, se realizó una búsqueda bibliográfica en libros en la Biblioteca Urania Zelaya (FAREM-Estelí) y en la web, todo esto relacionado con el objeto de estudio.

Las investigaciones citadas a continuación contienen los datos más relevantes que proporcionarían aspectos que ayudarían a seguir el desarrollo del presente trabajo.

A nivel global, existe un trabajo relacionado con el tema de diseño y modelos análogos en 3D, bajo el tema, ***Diseño Arquitectónico virtual, caso de estudio Museo Rehilete, Pachuca de Soto Hidalgo, México.*** (Hernandez Ortiz, 2006).

El Objetivo general de la investigación fue “Describir los principios básicos de diseño y sistematización de diseño arquitectónico, sentando las bases para la metodología en las diferentes etapas del proceso de diseño para la construcción arquitectónica en un ambiente tridimensional, por medio de herramientas de la realidad virtual”, y la principal conclusión a la que se llegó “Se puede afirmar que con el contenido de este trabajo queda evidente que la teoría permite visualizar la arquitectura virtual en la práctica, dejando base sólida y sencilla para poder llevar a cabo diseño arquitectónico, en un ambiente virtual y tridimensional.

En relación al tema de interés abordado, se encontró una propuesta en Nicaragua, siendo esta, ***Propuesta Anteproyecto Arquitectónico Hotel ecoturístico PIXOA ubicado en la Laguna de Apoyo en el departamento de Masaya-Granada, Nicaragua.*** (Avenidaño Montenegro & Cano Diaz, 2015).

El Objetivo general de la investigación fue “Elaborar Una Propuesta de ante proyecto arquitectónico Hotel ecoturístico PIXOA en la Laguna de Apoyo Masaya-Granada, Nicaragua” y la principal conclusión fue “El Anteproyecto del Hotel Ecológico PIXOA en la Laguna de Apoyo dará respuesta a la demanda de los

turistas nacionales e internacionales, permitiendo la recreación de manera amigable con la naturaleza, en ambiente confortables que cumple con las normativas a nivel nacional e internacional, así mismo generará fuentes de empleos a los habitantes, lo que contribuirá al apoyo económico de la población”.

También se encontró una Propuesta de desarrollo en Paisaje Protegido Miraflores Moropotente, la cual nos enlaza a la situación turística del sitio dado que esta es basada en una **“Propuesta de desarrollo turístico sostenible en la Finca Beylla Vista Miraflores Moropotente 2015”** (Gutiérrez, Gutiérrez, & Rodríguez, 2015).

Teniendo como objetivo general “Diseñar una propuesta de desarrollo turístico en la Finca Beylla Vista Miraflores Moropotente”, principal conclusión “El Paisaje terrestre protegido Miraflores-Moropotente posee una gran gama de atractivos naturales utilizables para el turismo, existe pequeños establecimientos que prestan servicios turísticos, sin embargo, carecen de infraestructura y oferta que complemente la demanda”.

Debido a que Estancia Puesta del Sol, al ser un sitio prácticamente nuevo, no se han realizado ningún tipo de trabajo universitario y cabe destacar que los documentos encontrados son similares al tema antes mencionado, de igual manera se recopiló un trabajo a nivel internacional, esto con el objetivo de indagar un poco más sobre lo que es el diseño arquitectónico, un trabajo a nivel nacional para referencia de diseño y modelos análogos, por último a nivel local se tomó como referencia una tesis de desarrollo turístico en Miraflores.

1.2. Planteamiento del problema.

El turismo es una actividad social, económica, que da alternativas de desarrollo y crecimiento.

El paisaje terrestre protegido Miraflores Moropotente, según el Instituto Nicaragüense de Turismo en Estelí (INTUR, s.f.), con los años ha ido creciendo en un 20%, aproximadamente en su oferta y demanda cada año, debido a su diversificación de recurso natural, donde han surgido ideas y emprendimientos en fincas prestadoras de servicios turístico, llevando al crecimiento de un turismo alternativo generando empleo y recursos económicos para su población.

En los últimos años se han venido trabajando diferentes estrategias de desarrollo turístico en la zona para así llevar a un crecimiento a mayor escala, sin embargo, no se puede negar que es un trabajo de esfuerzos y tiempo, en los últimos dos años es notoria la baja demanda que se está viviendo hoy en día en cuanto a la afluencia de turistas, esto provocado por varios factores internos y externos.

Los innumerables atractivos del área protegida Miraflores Moropotente brindan la posibilidad de emprender y desarrollar nuevos sitios que brinden un servicio completo donde englobe calidad de servicio, infraestructura, esparcimiento, pero, no todos los prestadores de servicio han logrado todos sus objetivos.

Esta ha sido una de las problemáticas de la finca turística Estancia Puesta de Sol, ubicada en la zona media de Miraflores Moropotente, la cual busca resaltar y mejorar su calidad de servicio en todos sus ámbitos, para así posicionarse en el mercado turístico de la región, sin embargo, en los últimos años ha sido difícil encontrar esa estrategia adecuada de posicionamiento en el mercado turístico.

Estancia Puesta del sol no ha tenido antecedentes como un destino turístico, se tiene una visión clara de lo que se quiere lograr en la finca, pero no se cuenta asesoramiento turístico adecuado que logre el posicionamiento de la estancia.

1.3. Formulación del problema.

Estancia Puesta del Sol ubicada en la zona media del paisaje protegido Mirafior, en los 2 últimos años ha tenido un declive en su actividad turística, el déficit de visitantes es evidente, dejando perdidas para los propietarios, es por esta razón que se plantea una propuesta de desarrollo turístico, que permita captar, fidelizar clientes y posicionarse en el mercado turístico.

Al llevar en marcha esta propuesta, se propone cumplir con cada objetivo que permita a la finca crecer tanto en servicio como lo es en la calidad, lo que llevara a mejoras tanto en la comunidad, como en la propia estancia.

¿Qué ha afectado Estancia Puesta del Sol para desarrollarse turísticamente?

¿Qué plan de desarrollo es el más adecuado para la estancia?

1.4. Justificación.

En la actualidad existe una comprensión total de que el turismo (o la llamada industria sin chimeneas), es para casi cualquier país del mundo una importante alternativa de desarrollo.

Debido a la importancia que tiene el Turismo en nuestro país como una fuente económica de ingreso, generadora de empleo y conservando los recursos naturales; la importancia y justificación de este proyecto es la creación de un espacio turístico en el cual los visitantes puedan entrar en contacto directo con la naturaleza.

Lo que atrae al cliente a un determinado destino, además de una amplia oferta, calidad y precio, son los aspectos medioambientales que pueden ofrecer: como la belleza del paisaje y el refrescante clima que ofrece el paisaje terrestre protegido Miraflores Moropotente.

Un factor importante para el desarrollo turístico del paisaje terrestre protegido Miraflores Moropotente es ofrecer al turista nuevas alternativas de diversión combinadas con la educación ambiental.

En el municipio de Estelí dentro del paisaje terrestre protegido Miraflores - Moropotente en la zona media de este se encuentra la comunidad El Sontule, aquí encontraremos una finca turística Estancia Puesta del Sol, caracterizada por su belleza paisajística, diversidad de flora y fauna la cual podría convertirse en un atractivo competitivo en la comunidad, que permitirá la creación de nuevos espacios de esparcimiento.

En la actualidad la actividad turística la finca está estancada, debido a la crisis socio política que se ha vivido en el último año, sin embargo, don Iván Villarreina, propietario de la finca no pierde la visión de desarrollar turísticamente su Estancia.

Lo que se pretende en Estancia Puesta del Sol es contar con cabañas para hospedarse, dándole la oportunidad a las familias y a los visitantes de realizar actividades en conjunto, al mismo tiempo en que puedan interactuar, divertirse aprendiendo sobre la vida en el campo en contacto directo con el cuidado del recurso ambiental.

Este estudio es de gran importancia ya que beneficiara: los propietarios de la finca estancia el Sol, así como al equipo investigador, a la vez servirá de insumo a futuras propuestas, investigaciones que se realicen.

II. Objetivos.

2.1. Objetivo General.

Diseñar una propuesta de desarrollo turístico en Estancia Puesta del Sol, comunidad el Sontule, Mirafior, departamento de Estelí.

2.2. Objetivos Específicos.

- Identificar el estado actual de Estancia Puesta del Sol.
- Elaborar un modelo análogo 3D de acondicionamiento en estancia Puesta del Sol.
- Diseñar Propuesta de Marketing utilizando el modelo análogo en 3D de alojamiento para Estancia Puesta del Sol.

III. Preguntas Directrices.

A partir de la descripción anterior se ha determinado una serie de preguntas directrices que guiaran este estudio.

1. ¿Cuál es el estado actual de Estancia Puesta del Sol Miraflores Moropotente?
2. ¿Qué tipo de estrategia de promoción se pueden utilizar para vender el sitio turístico?
3. ¿Cómo se puede mejorar la infraestructura turística de la Estancia?
4. ¿Cuál es la propuesta de desarrollo turístico más adecuada para Estancia Puesta del Sol?

IV. Marco teórico.

El contenido que se muestra a continuación constituye el marco teórico, compuesto por una serie de términos fundamentales orientados a guiar al lector sobre los aspectos técnicos que se abordan que sustentaron esta investigación.

2.1. Turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo (1998), es el conjunto de actividades que realizan las persona durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros. (pág. 44).

Por otra parte, se tiene que el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (Padilla, 1980).

En una referencia de origen, Manuel Guirria (1991), quien en su libro de Introducción al Turismo expone que la palabra proviene de tour o turn, derivado del verbo latino tornare que se deriva a su vez del sustantivo tornus, que significa volver, girar o retornar, en suma, quiere decir ir y volver. (pág. 14).

2.2. Turismo Sostenible.

Para Luis Ortega y Gioconda Vicente (2013), turismo sostenible son aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los veneficios de la actividad es repartida de forma equitativa,

y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje. (pág. 11).

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

Por lo tanto, según la Organización Mundial de Turismo, UNWTO (2012), el turismo sostenible debe, dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

2.3. Turismo Rural.

El turismo rural es una actividad turística que se lleva a cabo en espacios o áreas rurales, según Miguel Ángel Acerenza (2005), en su obra Conceptualización, origen y evolución del turismo expresa que, a consecuencia del deseo de la población urbana de escapar de la monotonía y la tensión de la vida cotidiana en las grandes ciudades, en búsqueda de descanso y recreación, el disfrute de los paisajes, el aire puro del campo, y de familiarizarse con las actividades del medio rural. (pág. 41).

2.4. Desarrollo Turístico.

El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. (Acerenza, 2005, pág. 48).

2.5. Plan de desarrollo turístico.

Según la OMT (1998), este término se usa extensivamente haciendo referencia a la Planificación Turística. En general se traduce en un plan estratégico que integra

todos los aspectos del desarrollo turístico incluyendo los recursos humanos, medioambientales y socioculturales. (pág. 187).

También debe permitir a la población local que se beneficie de ello o que pueda responder a los cambios que se produzcan a la situación inicial. (OMT. & Sancho, 1998, pág. 261)

2.6. La oferta.

En la actualidad, la oferta es un punto fundamental en un determinado sitio turístico, pero que es la oferta, como se puede definir; La Organización Mundial del Turismo (OMT), plantea que “Es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (Acerenza, 2005, pág. 49).

Pero también definen que está compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística. (Acerenza, 2005, pág. 45).

Para Mariela, Walezka y Rosa María (2014), la oferta corresponde a los elementos internos del diagnóstico y se estructura en 3 pilares íntimamente relacionados entre sí, conformado por los recursos turísticos, infraestructura y equipamiento turístico y los servicios turísticos (pág. 37).

2.7. Demanda.

La demanda es formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. (OMT. & Sancho, 1998, pág. 45).

Para Mariela, Waleska y Rosa María (2014), la demanda son los elementos externos del diagnóstico que sirven de marco de referencia para conocer el comportamiento de flujo y exigencias de turistas en un contexto nacional, regional y global (pág. 49).

Otra definición la encontramos el libro *Introducción a la Economía* que refleja, la cantidad demandada es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar, es decir, que DESEAN y PUEDEN comprar, en un período de tiempo determinado. (Alvarez Albelo, Becerra Dominguez, Caceres Alvarado, Osorno del Rosal, & Rodriguez Rodriguez, 2013).

2.8. Marketing.

Es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores (Marketing y Publicidad., 2006).

La Organización Mundial de turismo (OMT, 1998), considera al marketing como un conjunto de métodos y herramientas para la realización de estudios y análisis prospectivos, con el objetivo de conocer y modificar la demanda (pág. 283)

Philip Kotler (1988) agrega que, el marketing es el análisis, organización, planificación y control de los recursos, políticas y actividades de la empresa que oferta al cliente, con vistas a satisfacer las necesidades y deseos de los grupos escogidos de clientes, obteniendo con ellos un beneficio (pág. 284).

Para Miguel Ángel Acerenza (2005), el marketing turístico “Es la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional para la satisfacción optima de las necesidades de ciertos grupos de consumidores y lograr, de esta forma, un beneficio apropiado” (pág. 115).

2.9. La publicidad.

Miguen Ángel Acerenza (2005), en su libro *Promoción turística*, expresa que la Publicidad son actividades emprendidas con el objetivo de presentar a un grupo un

mensaje impersonal, oral, escrito o visual, con respecto a un producto, servicio o idea, patrocinado y diseminado en los medios de difusión masiva (pág. 118).

Tomando en cuenta otras referencias, la publicidad es una táctica de marketing que involucra pagar por espacio para promocionar un producto, servicio o causa. Los mensajes promocionales se llaman anuncios o anuncios de corto. La meta de la publicidad es alcanzar la mayor cantidad de personas que estén dispuestas a pagar por el producto o servicio de una compañía y atraerlos para que lo compren. (La Publicidad., 2014).

La publicidad es una poderosa herramienta de la promoción que puede ser utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a un determinado grupo objetivo. La publicidad es un componente de la mercadotecnia porque es uno de los elementos que conforma el mix de promoción (los otros son: la venta personal, la promoción de ventas, las relaciones públicas y el telemercadeo), y cuya importancia y prioridad dependen: 1) de los productos, servicios, ideas u otros que promueven las empresas, organizaciones o personas, 2) del mercado hacia los que van dirigidos y 3) de los objetivos que se pretenden lograr. (Thompson, 2015).

También cabe recalcar que es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo. (En Frank, 2006).

2.10. Infraestructura.

La infraestructura es, para Karl Marx (2012), la base material en la que está sentada la sociedad, que incluye, en pocas palabras, a la economía: las fuerzas y las relaciones de producción. Es todo el conjunto de elementos físicos y materiales como los edificios y las obras que se encuentran en un espacio determinado.

Cuando se habla de infraestructura, se está mencionando un mencionado un término general que se usa en la economía para referirse al acervo físico y material que cuenta un país o sociedad específica para poder realizar sus actividades productivas. (La economía simple, 2019)

Una definición clara la encontramos en el libro (Marketing y Publicidad., 2006) el cual define que es el conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de una actividad o para que un lugar pueda ser utilizado.

2.11. Modelo Análogo.

Un modelo análogo (a veces llamado analógico o también modelo físico práctico) es una representación material de un objeto o un proceso para entender mejor su origen, formación o funcionamiento. Es usado en ciencia e ingeniería para validar las hipótesis y aproximaciones que forman un modelo conceptual de cierto proceso u objeto mediante el cálculo numérico. (Esacademic., 2010)

2.12. Diseño 3D.

Para Jorge Forero Palma (2017), es el conjunto de técnicas que nos sirven para proyectar en tres dimensiones, Sería el primer paso para idear los objetos, construcciones y piezas tridimensionales antes de modelarlas o construirlas. El diseño 3D no exclusivo, pero si directamente relacionado con el diseño asistido por computadora.

2.13. Estancia.

Según (Gardey & Perez, 2010), es la permanencia de una persona en un lugar determinado durante un cierto tiempo. Los viajeros pueden pernoctar y conocer las distintas actividades que se realizan en el campo.

2.14. Alojamiento.

La palabra alojamiento refleja la acción de alojar u hospedar. Esta palabra es comúnmente utilizada para referirse al sitio donde los individuos se alojan o pernoctan. (Perez, 2011)

2.15. Tipología de Alojamiento.

1. Tipología de establecimientos

Hotelera | Hoteles
 Apartamentos
 Moteles
 Hostal o Pensión.

Extrahotelera | Campings
 Self-catering accommodation
 Otros Balnearios, casas rurales, Beauty Forms.

2. tipo de Explotación

Sociedad mercantil
 separación Propiedad- Explotación. } Contrato gestión
 Franquicias } Contrato arrendamiento.
 Régimen multipropiedad.

3. Tipo de Hotel – Ciudad, H suburbano,

Producto. Casa rural

H. Ocio, H convenciones.

H. suite, H. gran lujo

Megahoteles

H, multiuso, H casino.

4. tipo de Cadena Hotelera

Comercialización. Hotel Independiente



V. Operacionalización de variables.

Tabla 1 Operacionalización de Variables.

Objetivo	Variable	Conceptualización	Indicadores	Preguntas	Escala	Técnica	Dirigido
Identificar el estado actual de Estancia Puesta del Sol.	Potencial turístico.	El potencial turístico lo determina la forma en que la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad se adaptan para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas nacionales e internacionales. (SECTUR, 2002).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos turísticos 2. Atractivos turísticos 3. Servicios turísticos 4. Ubicación 5. Estado actual de la finca 6. Infraestructura. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Con que recursos turísticos cuenta la finca? 2. ¿Cuáles son los atractivos turísticos presentes? 3. ¿Qué servicios turísticos se ofrecen? 4. ¿Dónde está ubicada la estancia? 5. ¿Cuál es el estado actual? 6. ¿Cómo está distribuida la 	Cualitativa	Entrevista.	Propietario Estancia Puesta del Sol. Iván Villarreina



Objetivo	Variable	Conceptualización	Indicadores	Preguntas	Escala	Técnica	Dirigido
Elaborar una propuesta de desarrollo turístico en Estancia Puesta del Sol.	Desarrollo turístico.	Puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos la satisfacer las necesidades del turista y definiendo de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados tales como la creación de empleos o la generación de ingresos.	Comportamiento de la oferta y la demanda.	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué le hace falta a la estancia? 2. ¿Como ha sido el comportamiento de la demanda en los últimos años? 3. ¿Como se encuentra en relación a la competencia? 4. ¿Ha pensado en ampliar su oferta? 	Cualitativa.	Entrevista.	Propietario Estancia Puesta del Sol. Iván Villarreina.



Objetivo	Variable	Conceptualización	Indicadores	Preguntas	Escala	Técnica	Dirigido
Diseñar Propuesta de Marketing utilizando el modelo análogo en 3D de alojamiento para Estancia Puesta del Sol.	Estrategias de marketing	Marketing. Se considera al marketing como un conjunto de métodos y herramientas para la realización de estudios y análisis prospectivos, con el objetivo de conocer y modificar la demanda (Acerenza, 2005, pág. 283).	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Incidencia del Modelo análogo 3D. ➤ Ventajas ➤ Desventajas ➤ Resultados esperados 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo el modelo análogo 3D incide en el diseño? 2. ¿Qué ventajas tiene esta propuesta para su estancia? 3. ¿Qué desventajas encuentra en la propuesta? 4. ¿Cuáles son los resultados que esperan en la propuesta? 5. ¿Qué le parece este proyecto? 6. ¿Beneficio de hacer el 	Cuantitativa	Entrevista.	Investigadores Propietario Estancia Puesta del Sol. Iván Villarreina



				<p>modelo análogo?</p> <p>7. ¿Cuáles son los impactos positivos y negativos al hacerlo con un arquitecto?</p> <p>8. Costos.</p> <p>9. Aporte.</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

VI. Diseño metodológico.

Este término se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento de problema. (Hernandez Sampieri, Fernandez-Collado, & Baptista Lucio, 2006).

6.1. Descripción del área.

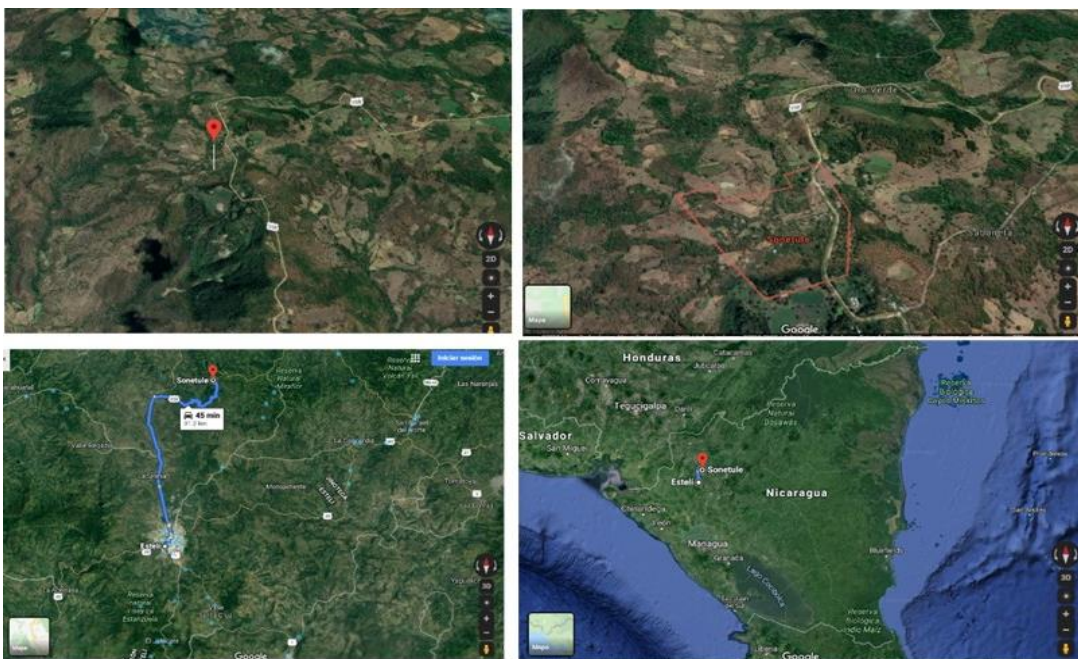


Ilustración 1 Mapa Satelital de la comunidad El Sontule, Miraflor Moropotente.

Fuente: Google Maps.

6.1.1. Estancia Puesta Del Sol.

Miraflor es un paisaje terrestre protegido con un gran potencial turístico, en el cual se desarrollan diferentes actividades en sus distintas zonas, en las cuales podemos encontrar fincas agroturísticas que brindan diferentes servicios turísticos.

El turismo rural comunitario de ha desarrollado a gran escala, y no podemos obviar las diferentes fincas que han crecido día a día con esfuerzos. Una de ella es Estancia Puesta del Sol Miraflores Moropotente, la cual es una finca en desarrollo.

Estancia Puesta del Sol está ubicada en la comunidad El Sontule, del empalme Santa Adelaida 13 km al este, sus propietarios son Iván Villarreina y Danelia Gámez. Esta estancia nació hace 10 años, como un proyecto que complementaba el negocio familiar de los padres de don Iván en Finca La Ilusión.

Conociendo que el turismo rural comunitario, es netamente un turismo familiar, que permite al turista conectarse con el entorno que está visitando, y es precisamente esa la meta que se propusieron en Estancia Puesta del Sol, no solo ser una finca más, sino brindar la calidad, el confort de una familia, sin embargo, ha sido un poco difícil posicionarse en el mercado, por diversas razones, la Estancia se ha estacando, pero don Iván y familia, no pierden las esperanzas de lograr que su estancia se posicione en el mercado llegando a ser una de las mejores de la zona.

6.1.2. Misión.

Dar a conocer los atractivos turísticos que se encuentran en nuestra zona a nuestros visitantes nacionales e internacionales, con un servicio personalizado por nuestra familia, además contribuyendo a la conservación de nuestros recursos naturales.

6.1.3. Visión.

Promover la actividad turística responsable hacia un desarrollo sostenible que mejore la calidad de vida de nuestra comunidad El Sontule y localidades aledañas.

6.2. Tipo de estudio.

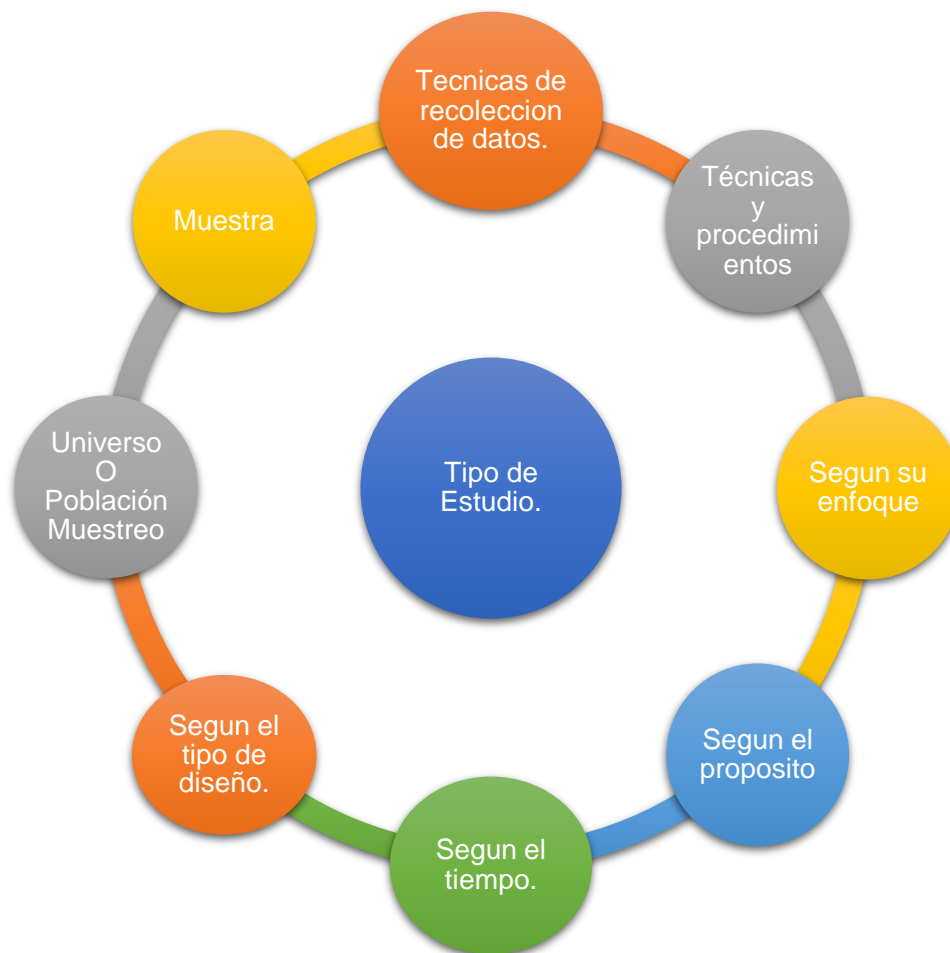


Ilustración 2 Tipo de Estudio.

Fuente: Propia.

6.2.1. Según su enfoque.

Según el enfoque filosófico, la presente investigación es cualitativa, el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. (Hernandez Sampieri, Fernandez-Collado, & Baptista Lucio, 2006, pág. 8).

6.2.2. Según su propósito.

Por el nivel de profundidad la presente investigación es un estudio descriptivo, según Roberto Sampieri (2006), un estudio descriptivo busca especificar

propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analiza. Describe tendencias de un grupo o población; por lo tanto, este estudio es descriptivo, ya que se llevó a cabo una investigación detallada la situación presente en Estancia Puesta de Sol, sus condiciones de infraestructura, actividades, oferta, demanda, a su vez es explicativa porque de manera sistemática se relacionan las distintas variables y etapas del proceso de planificación turística. (pág. 103).

6.2.3. Según el tiempo.

Según su tiempo es de corte transversal ya que se trabaja en un tiempo determinado en el segundo semestre de 2019.

El estudio transversal consiste en recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Hernandez Sampieri, Fernandez-Collado, & Baptista Lucio, 2006, pág. 208)

6.2.4. Según el tipo de diseño.

Según Roberto Sampieri, el termino diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desee.

El presente diseño es No experimental, los cuales son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. (Hernandez Sampieri, Fernandez-Collado, & Baptista Lucio, 2006, pág. 205).

Por consiguiente, se ocupará este diseño no experimental transversal, debido a que se recolectaran los datos en un tiempo determinado sin intervenir en el ambiente de Estancia Puesta del Sol.

6.3. Universo / Población.

Universo o población son el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. (Hernandez Sampieri, Fernandez-Collado, & Baptista Lucio, 2006, pág. 240).

Nuestro universo o población es finita, será en la comunidad El Sontule que cuenta con un aproximado de 250 habitantes, dentro de los cuales se encuentran 3 fincas turísticas: Finca La Ilusión de don Rogelio Villarreina y esposa, Finca Villa Paraíso de Marlon Villarreina y su esposa y Finca Estancia Puesta del Sol de Don Iván Villarreina y esposa.

6.4. Muestra.

La muestra es el subgrupo de población del cual se recolectan los datos y debe ser representativa de dicha población. (Hernandez Sampieri, Fernandez-Collado, & Baptista Lucio, 2006, pág. 236).

La investigación se realizó en la Finca Turística Estancia Puesta del Sol, tomando un muestro por conveniencia, ya que se aplicaron los instrumentos de recolección de datos a fuentes de información seleccionadas, los cuales reunían los requisitos para proporcionar la información necesaria para la investigación.

6.4.1. Selección de la muestra.

Al ser una investigación cualitativa, el tipo de muestreo es No probabilístico, lo que significa que no todo el universo tiene la misma probabilidad de ser seleccionado.

Selección definida.

Informantes claves: Propietarios de Estancia Puesta del Sol.

Iván Villarreina.

Danelia Gámez.

6.5. Técnicas de recolección de datos.

Las técnicas de recolección de datos consisten en la búsqueda y recopilación de información en bibliografías referentes al tema de investigación, por parte de los interesados (Meneses & Rodriguez).

Fuentes secundarias:

Las fuentes secundarias de la información han sido los diferentes libros de textos y sitios web en relación a conceptos del turismo, desarrollo turístico, marketing turístico, estrategias y propuestas de desarrollo para la estructuración del marco teórico.

Fuentes primarias.

Para el desarrollo de la presente investigación será necesario el uso de técnicas de recolección de datos: La Observación y la Entrevista.

La entrevista es, seguramente, junto a la observación y el análisis de contenido, uno de los principales instrumentos de la investigación cualitativa. La comprensión, conceptualización y práctica de las entrevistas cualitativas exige la revisión de las perspectivas paradigmáticas de la investigación cualitativa.

La Observación.

Para (Meneses & Rodriguez), la ficha de Observación, se parte de la integración del equipo investigador en las diferentes actividades.

En la presente investigación, se realizó una ficha de observación, tomando en cuenta el primer objetivo de la identificación del estado actual de Estancia Puesta del sol, haciendo referencia a la infraestructura, recursos, atractivos, servicios prestados y la oferta del sitio turístico.

La Entrevista.

Según (Meneses & Rodriguez), la entrevista es la que se permite indagar sobre las características socio-económicas y las estrategias publicitarias que permitan la implementación de propuestas. La entrevista, en el marco de la investigación social, consiste en un intercambio oral entre dos o más personas con el propósito de alcanzar una mayor comprensión objeto de estudio, desde la perspectiva de la/s persona/s entrevistada/s.

Para la recopilación de datos, se llevó a cabo una entrevista a los propietarios de la estancia don Iván Villarreina y doña Danelia Gámez para conocer la situación, necesidades e ideas para el desarrollo de la estancia.

6.6. Técnicas de procedimientos y análisis de datos.

Fase nº1: Selección de tema.

Para dar inicio, se tomó un sitio turístico para estudiarlo, según las líneas de investigación.

Línea de investigación: Gestión, planificación y desarrollo turístico.

Objetivo de línea: Analizar los procesos de gestión, planificación, buenas prácticas de sostenibilidad turística que se están implementando en la región norte de Nicaragua para la identificación de acciones, estrategias que mejoren la capacidad competitiva de las empresas turísticas locales y regionales.

Tema: Gestión y planificación turística

Subtemas:

Organización, promoción de productos y sitios turísticos.

Seguido de esto, se identificó la problemática y se empezó a realizar la documentación del estado actual del sitio, continuando se hizo la elección del diseño de la investigación, siendo esta, descriptiva.

Fase nº2: Planificación.

En esta fase, se eligió el tema el cual es Plan de desarrollo turístico para la Estancia Puesta del Sol Mirafior – Moropotente durante el segundo semestre del 2019.

Fase nº3: Elaboración de instrumentos.

Aquí se inició con el diseño de diferentes herramientas de indagación para permitir y facilitar la recolección de datos para la presente investigación.

Fase nº4. Trabajo de Campo.

En este punto, después de la elección del tema e instrumentos, se procedió la aplicación de dichos instrumentos con una visita al sitio, siendo este Estancia Puesta del Sol en Mirafior, tomando a los propietarios de la estancia como la muestra para la recolección de datos.

Fase nº5. Análisis de datos.

Después de la visita de campo y aplicación de instrumentos se procedió al análisis de la información obtenida, estructurando seguidamente el presente documento.

Fase nº6. Documento final.

Después de la sistematización y revisión se procede a presentar los avances de investigación del documento a nuestra tutora Mariela Gutiérrez en la asignatura Sermonario de Graduación.

VII. Análisis y discusión de resultados.

Los resultados siguientes están descritos de acuerdo al orden cronológico de los objetivos específicos.

7.1. Resultado N°1.

Los resultados en relación al objetivo n°1:

Estancia Puesta del Sol, ubicada en la comunidad del Sontule, Mirafior – Moropotente, del empalme Santa Adelaida 13 km al este, sus propietarios son don Iván Villarreina y doña Danelia Gámez.

La estancia nació hace 10 años, como parte de un proyecto que complementaba el negocio familiar de los padres de don Iván en Finca La Ilusión, que para la temporada alta no se daban abasto con el servicio que brindaban, y esto los llevo a expandir la oferta y el funcionamiento de dicha finca, prestando el servicio de alojamiento a 500 metros de la finca La Ilusión y finca Villa Paraíso, generando ingresos para ambas familias.



Ilustración 3 Estancia Puesta del Sol actualmente.

Fuente: Propia.

La investigación partió desde un análisis FODA que se realizó para conocer el estado actual de la finca Estancia Puesta del Sol.



Ilustración 4 Análisis FODA.

Fuente: Propia.

Recursos Turísticos.

Mirador natural.	Un mirador natural que se comparte con las fincas La Ilusión y Puesta del Sol.	Se ofrece un tour al mirador natural, donde las vistas panorámicas son de ensueño.
-------------------------	--	--

Tabla 2 Recursos turísticos.

Fuente: Propia.

Atractivos Turísticos

Huerto Familiar.	1 huerto	Se trabaja un huerto familiar en el que el turista es participe de él.
Actividad cafetalera.	Procesos del café.	Desde la plantación, cultivo, corte y catación del café, el turista tiene la oportunidad de ser parte.

Tabla 3 Atractivos turísticos.

Fuente: Propia.

Servicios Turísticos.		
Alojamiento	2 habitaciones.	1 habitación doble. 1 habitación para 8 personas.
Alimentos y bebidas	Desayuno incluido en el pago de habitación. Almuerzo y cena por aparte.	El servicio se ofrece en el negocio a los turistas que previo reservaron y a los visitantes de tránsito se les ofrece servicio más accesible en el momento.
Tour de aves	Tour con guía especialista en aves.	Tour realizado en 2 tiempos determinados: 5 am y 4 pm.
Guías	Guías locales.	Se brinda el servicio de guía para realizar actividades extras o fuera del paquete brindado.
Cabalgata	Renta de caballos.	Se ofrece la renta de caballos a todo público.
Participación en actividades cotidianas familiares.	Huerto familiar Aprender el oficio de cocina Siembra, cuidado y corte de café.	En estas actividades, el turista elige que quiere realizar en ese día.

Tabla 4 Servicios turísticos.

Fuente: Propia.

Estancia Puesta del Sol Miraflores Moropotente ofrece servicios básicos, alojamiento, alimentos y bebidas, tour guiados, cabalgatas, avistamiento de aves; sumado a esto la finca busca a integrar al turistas en las actividades diarias como lo es el huerto familiar el cual es parte de los insumos de la finca, la actividad del café, desde los procesos de plantación hasta la catación y venta del producto, y la vida cotidiana de la mujer en la cocina, enteste punto, se le enseña a palmeear tortillas, hacer café, frijoles cocido y fritos, huevos etc.

Estancia Puesta del Sol cuenta con 2 habitaciones, una familiar y la otra para pajera, con capacidad para 8 personas, estas se crearon como parte de un complemento de la finca de los padres de don Iván.

Un elemento esencial que no podemos dejar de mencionar, es la belleza natural y los paisajes espectaculares que se pueden apreciar y disfrutar.

Actualmente la accesibilidad al sitio varia en la época de lluvia y la época seca, ya que en épocas de lluvia prácticamente no hay acceso en ningún tipo de vehículo y en época seca solo en vehículo 4x4, aunque el acceso a pie es posible si se va adecuada la persona con botas de hule.

Estancia Puesta del Sol, aún no está correctamente establecida, ni cuenta con todo lo que ellos quisieran, sin embargo, lo que sus propietarios buscan es el crecimiento de esta.

7.2. Resultado N°2.

Los resultados en relación al objetivo 2.

Propuesta 1.

Diseño de un modelo análogo 3D de alojamiento turístico en Estancia Puesta del Sol.

Se hizo un seguimiento de las condiciones actuales de Estancia Puesta del Sol y tomando en cuenta la importancia que conlleva el tener una buena imagen y presentación para el establecimiento se elaboró un diseño 3D de alojamiento turístico en Estancia Puesta del Sol, los cuales se muestran en las siguientes imágenes.

Cabaña N°1.



Ilustración 5 Cabaña N°1. Fachada principal.

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.



Ilustración 6 Vistas de día, Cabaña 1.

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.



Ilustración 7 Fachada de día, Cabaña 1.

Fuente: Jeffrey Torres.



Ilustración 9 Cabaña N°1. Área de Cocina y terraza.

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.



Ilustración 8 Interior cabaña 1.

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.



Ilustración 10 Cocina Cabaña 1.

Fuente: Jeffrey Torres.

Descripción.

Cabaña n°1, mide 7x5 m2, con una capacidad de alojamiento para 12 persona, dispuesta a 2 niveles, la cual tiene 4 habitaciones, 2 habitaciones en la planta baja que cuenta con 3 literas para 2 personas y 2 en la planta alta también con 3 literas, tiene 2 cuartos de baño compartidos, 1 terraza exterior y 1 cocina.

Esta está ubicada en la pendiente más alta del terreno a 25 metros de la pendiente, con una vista panorámica espectacular.

Presupuesto.

El presupuesto es una aproximación, no incluye amueblado y detalles.

Materiales: \$6,292.

Mano de obra: \$2,294.

Revisar Anexos. Tabla 5 Presupuesto Cabaña N°1 pág. 73 – 74.

Cabaña N°2.



Ilustración 11 Cabaña N°2. Fachada principal.

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.



Ilustración 12 Cabaña N°2. Fachada principal de día.

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.

Descripción:

La cabaña N°2 mide 15 m², tiene capacidad para 6 personas, 2 dormitorios cada uno con 1 litera para 2 y una cama unipersonal, con 1 cuarto de baño compartido, dispuesta a un solo nivel.

Esta está ubicada en la parte media a 10 metros del inicio de la pendiente del terreno.

Presupuesto.

El presupuesto es una aproximación, no incluye amueblado y detalles.

Materiales: \$1,365

Mano de obra: \$735.

Revisas Anexos Tabla 6 Presupuesto. Cabaña N. ^a 2 Y 3. Pág. 75

Cabaña N°3.



Ilustración 13 Cabaña N°3, Fachada de noche.

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.



Ilustración 14 Cabaña N°3, Fachada de día.

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.

Descripción.

Esta mide 15 m², tiene capacidad para una pareja, cuenta con 1 dormitorio, contiene una cama matrimonial, 1 cuarto de baño, y un área de estar, dispuesta a un solo nivel.

Esta está ubicada en la parte baja a 5 metros del inicio de la pendiente del terreno.

Presupuesto.

El presupuesto es una aproximación, no incluye amueblado y detalles.

Materiales: \$1,365

Mano de obra: \$735.

Revisar Presupuesto en Anexos. Tabla 7 Presupuesto. Cabaña N. ^a 2 Y 3.

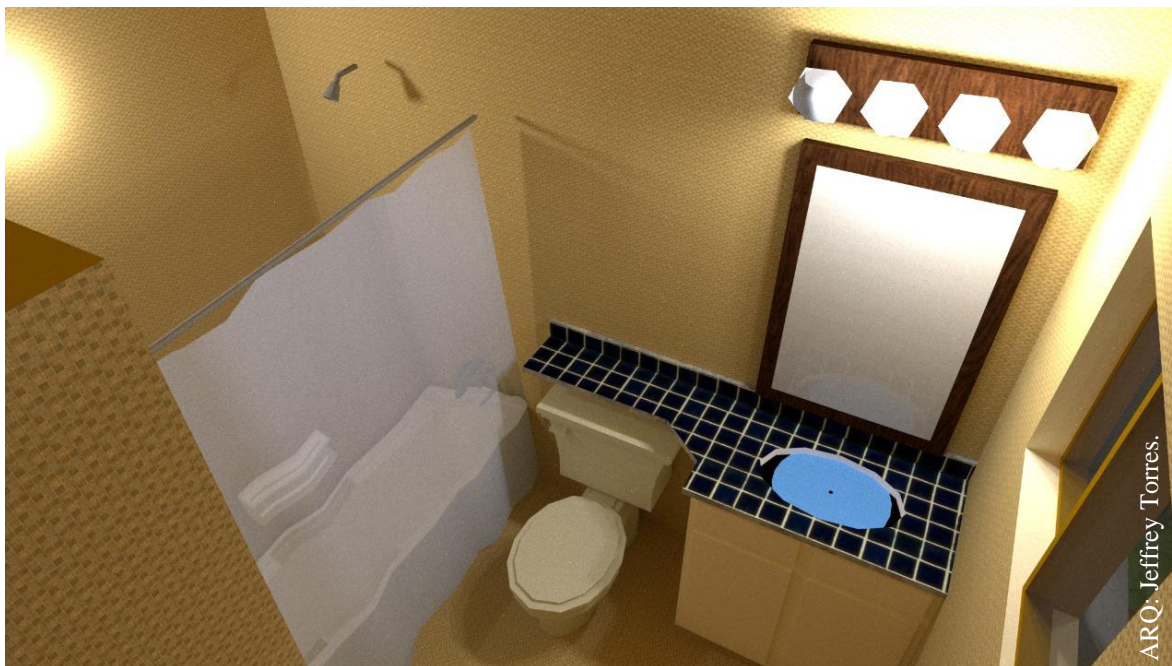


Ilustración 15 interiores Cabañas. Baño.

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.

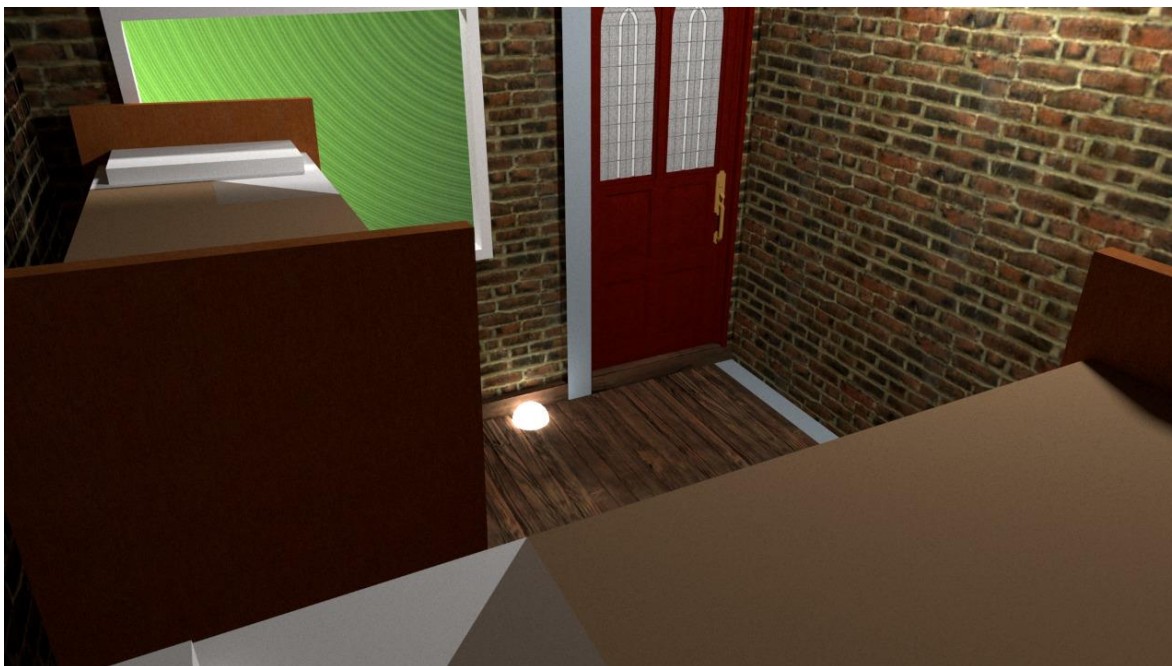


Ilustración 16 Interior Cabaña N.º 1.

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.



Ilustración 17 Modelo Análogo.

Fuente: Jeffrey Torres.

Sistema Eléctrico.

Estancia Puesta del Sol actualmente cuenta con el suministro de energía eléctrica, pero es necesario un plan estratégico de energías renovables, que al mismo tiempo sea sustentable y rentable, en este caso se propone un sistema de paneles solares.

¿Por qué la implementación de paneles solares en Estancia Puesta del Sol?

Debido a la topografía del terreno, se es necesario un plan alternativo de energía, ya que se pretende construir en una pendiente de 100 metros sobre el nivel natural del suelo. Por esta razón el cableado no es la mejor opción, porque el viento estaría dañando continuamente el sistema eléctrico por lo que estos no son elásticos y conocemos que Miraflores es una zona fresca y continuamente el viento sopla fuerte. Otro motivo considerable, son los movimientos telúricos, estos ocasionan colapsos de los tendidos eléctricos.

Si pensamos en la energía eólica, es un sistema más complicado, ya que es de gran tamaño, muy visible, perjudica a las aves, al pensar en Miraflores, este es un gran factor que influye en el NO, no es muy costoso, pero es necesario un cuidado especial.

El panel solar es una de las mejores opciones, ya que es amigable con el medio ambiente, permite la reducción de costos y es de bajo mantenimiento.

No se pretende eliminar del todo la energía eléctrica de la Estancia, pero si bajar los costos de esta, se propone tener en cada cabaña que están en la pendiente del terreno un panel solar que brinde energía renovable, que al mismo tiempo sea sustentable, amigable y agradable al entorno de Miraflores.

Ventajas	Desventajas
Es Renovable	Puede ser intermitente en las lluvias
Abundante	Puede ser costosa la inversión.
Amigable con el medio ambiente	Ausencia de Sol, poca energía.
Reduce los costes de electricidad	
Sistemas compartidos.	
Silencioso	
Bajo mantenimiento	

Tabla 8 Ventajas y desventajas de sistema de paneles solares.

Fuente: Factor Energía. <https://www.factorenergia.com/es/blog/eficiencia-energetica/energia-eolica/>.

¿Cómo sobrellevar las desventajas del sistema de paneles solares?

Como se lee anteriormente, un problema que se puede tener con un panel solar, es la lluvia y la ausencia de Sol, pero hay que tener en claro que existe un sistema de almacenamiento de energía, el cual, si puede ser costoso, pero es la mejor salida ante este problema, invertir en un panel solar, es la opción para mantener energía limpia y reducir los costos de energía eléctrica. También, por este motivo no se pretende eliminar del todo la energía eléctrica en la parte baja de la estancia.

Se consideran las energías renovables las mejores opciones y los paneles solares, una excelente inversión para las zonas de Mirafior, las cuales son amigables con el medio ambiente.

7.3. Resultado N°3.

En relación al objetivo número 3 se llegó al siguiente resultado.

Segmento de Mercado.

Segmentación: Psicográfico.

En base a esta variable se divide el mercado en función de la clase social, estilo de vida o los rasgos de personalidad más característicos del grupo.

Gracias a esta segmentación de mercado, las empresas se benefician de una serie de ventajas, entre las que cabe destacar.

1. La posibilidad de conocer mejor las peculiaridades y necesidades de sus clientes o consumidores objetivos.
2. Aumenta la probabilidad de satisfacer las necesidades y gustos de los clientes.
3. Permite a las empresas ser más competitivas y alcanzar mejores resultados.

(EAE Business School Harvard Deusto., s.f.)

El público objetivo de Estancia Puesta del Sol es nacional, familias donde se incluyan: niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. Se pretende llegar primero a un mercado nacional, para si luego venderse internacionalmente.

¿Qué tiene estancia Puesta del Sol que la hace diferente a la competencia?

Estructura e infraestructura diferenciada y de mejor calidad.

Atención a la cliente especializada.

Espacios más completos.

Alojamiento cómodo.

Oferta más completa.

Tomando en cuenta la imagen y servicios del negocio al llevarse a cabo la propuesta planteada, las estrategias de marketing son las siguientes:

Propuesta nº1: Diseño de un logotipo.

Actualmente la Estancia no cuenta con una distinción propia y un logotipo es de vital importancia para una imagen corporativa una distinción de marca en todas partes que llegue el negocio, según (LogoRapid, 2010), un logotipo es mucho más que un gráfico bonito. Es la representación de una empresa, su cara visible, contiene su esencia. Su logotipo le acompañará durante muchos años, estará presente en cada contacto con un cliente, en cada visita, en cada noticia. Sus empleados y colaboradores se verán representados en él, y se identificarán con él. Los posibles socios, proveedores y clientes, buscarán referencias sobre su empresa, y lo primero que verán es el logotipo.

A continuación, se presenta la propuesta de un logo que represente la Estancia Puesta del Sol.

Estrategia	Objetivo	Acciones
Logotipo.	Ser reconocidos en el mercado.	Crear un logo que sea representativo.

Tabla 9 Estrategia Logotipo.

Fuente: Propia.



Ilustración 18 Logotipo.

Fuente: Propia.

Diseño con toques llamativos, los cuales hacen referencia al nombre, con elementos que engloban la actividad del sitio.

Slogan: Tu comodidad nuestra prioridad.



Ilustración 19 Logotipo con Slogan.

Fuente: Propia.

Propuesta nº2: Publicidad Impresa.

Diseño de un brochure.

Debido a la gran necesidad de identificación ante el mercado, es necesario brindar información importante y a través de un brochure es una de las maneras tradicionales, pero de gran aporte, ya que son toda aquella folletería impresa que sea propiedad de una compañía y que a su vez represente a la misma ante otras. (Polanco, 2010).

Estrategia	Objetivo	Acciones
Elaboración de un brochure.	Brindar información importante y precisa.	Distribuir brochures en agencias de viaje y tour operadoras.

Tabla 10 Estrategia de Marketing. Brochure.

Fuente: Propia.

A continuación, se presenta la propuesta de un modelo de brochure para ser utilizado en Estancia Puesta del Sol.

Misión: Dar a conocer los atractivos turísticos que se encuentran en nuestra zona a nuestros visitantes nacionales e internacionales, con un servicio personalizado por nuestra familia, además contribuyendo a la conservación de nuestros recursos naturales.

Visión: Promover la actividad turística responsable hacia un desarrollo sostenible que mejore la calidad de vida de nuestra comunidad El Sontule y localidades aledañas.



Dirección: Del empalme Santa Adelaida 13 KM al este, en la Comunidad El Sontule, Mirafior, Estelí.

Contáctanos en nuestras redes sociales.

@EstanciaPuestadelSol.



84107170 - 83683492
Iván Villarreina



Estancia Puesta del Sol
Tu comodidad, nuestra prioridad.

Disfruta de nuestros servicios turísticos y de la belleza paisajística de Mirafior



Disfruta del turismo rural comunitario en un ambiente acogedor.



Ilustración 20 Frente Brochure

Fuente: Propia.

Nuestros Servicios.



Alojamiento

Cabañas familiares, para parejas e individuales.



Recursos turísticos

Se ofrece un tour al mirador natural, donde las vistas panorámicas son de ensueño.



Actividad Turística

Tour por diferentes senderos con guías especializados.
Tour de Aves
Cabalgatas
Participación en actividad cotidiana: El huerto, cocina, campo.

Alimentos y bebidas.



Desayunos
Almuerzos
Cenas.

Atractivos Turísticos.

Huerto Familiar
Actividad cafetalera



Ilustración 21 Interior Brochure.

Fuente: Propia.

Propuesta nº3: Marketing digital.

Estrategia	Objetivo	Acciones
<p>Publicidad en redes sociales.</p>	<p>Promocionar y vender los servicios turísticos a través de la web.</p>	<p>Crear una página de Facebook.</p> <p>Crear una página de Instagram.</p> <p>Crear un spot publicitario que se difunda en las páginas de Facebook e Instagram.</p>

Tabla 11 Estrategias de Marketing digital.

Fuente: Propia.

Publicidad en redes sociales.

Es importante destacar que, las redes sociales son una herramienta fundamental hoy en día para promocionarnos a nivel mundial, siendo que las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, afirma Celaya (2008).

1. Página Facebook.

Estancia Puesta del Sol actualmente no cuenta con página de Facebook y conociendo el alcance que esta tiene, es importante tomarle en cuenta como una estrategia de publicidad.

A continuación, se presenta la página de Facebook de la Estancia Puesta del Sol, cabe destacar, que esta solo es una prueba, la cual solo esta creada para la

presentación de este documento y será eliminada de inmediato ya que los propietarios en libres de crear o no una cuenta.

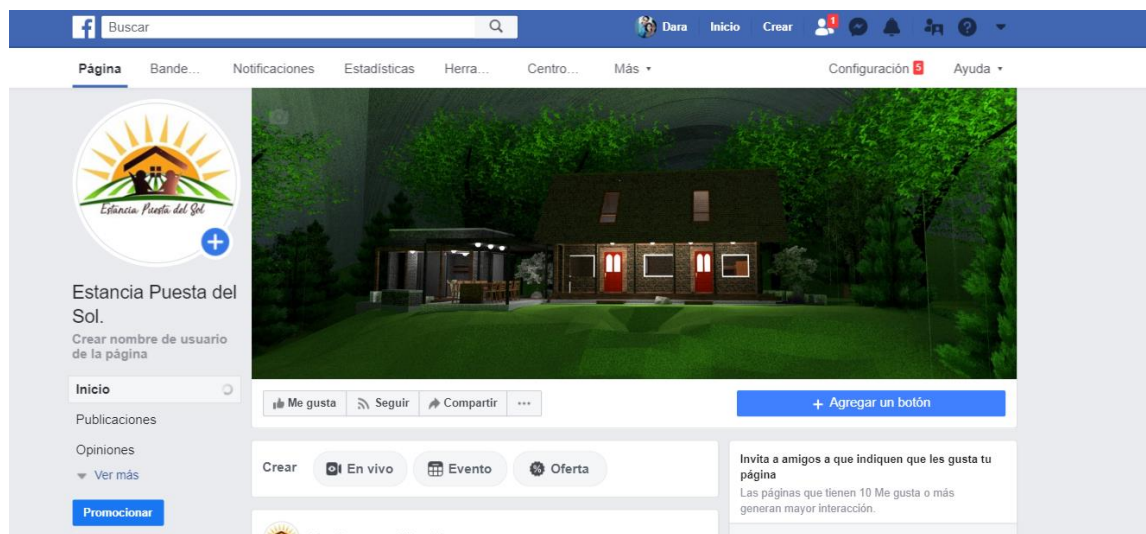


Ilustración 22 página de Facebook.

Fuente: Propia.

2. Página de Instagram.

Estancia Puesta del Sol no cuenta con una página en Instagram y se ha tomado en cuenta como una potencial estrategia de publicidad, ya que es una de las redes sociales más usadas después de Facebook por la sociedad, la cual permite publicar videos cortos, fotos de momentos, promociones y más, dando al lector pincelazos y dejando un toque de curiosidad.

A continuación, se presentan fotos de lo que puede ser la página de Instagram, la cual es una prueba para ser mostrada a los propietarios de la Estancia.

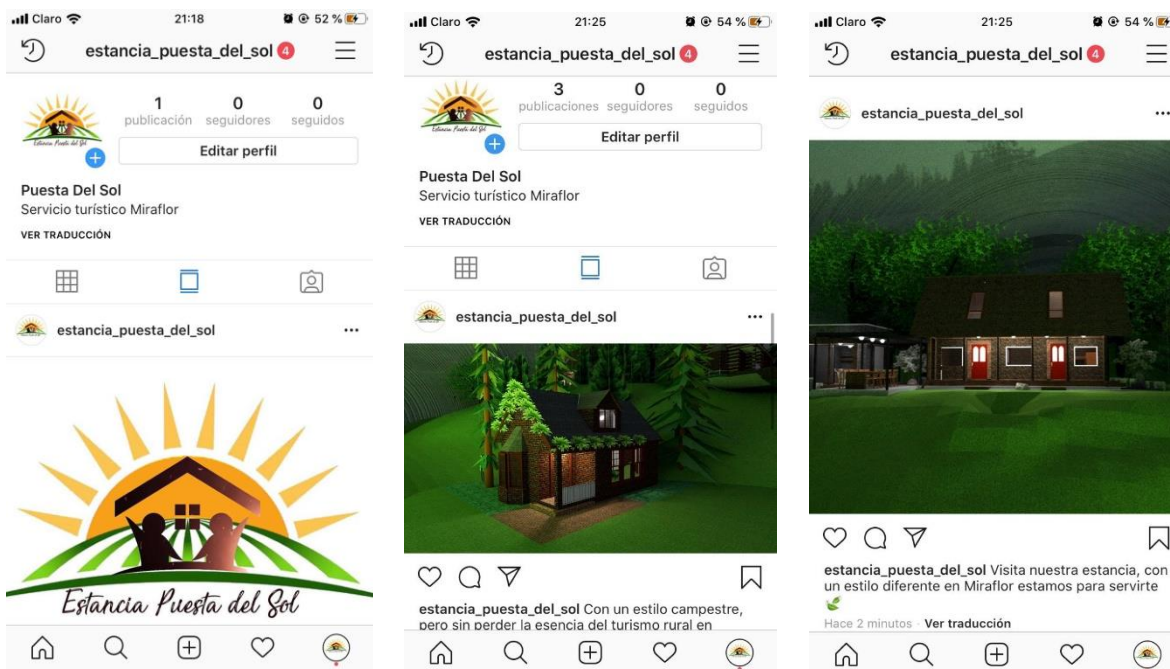


Ilustración 23 Pagina de Instagram.

Fuente: Propia.

3. Snapchat.

Snapchat se ha convertido en la aplicación favorita por jóvenes gracias a que cuenta con un servicio multimedia de imagen y vídeo con filtros de realidad aumentada. Esta red social ha ganado popularidad porque permite a sus millones de usuarios compartir momentos del día a día con tus *snapchatters*. (Salinas, Mott. pe, 2017).

Se ha tomado en cuenta esta red social con el objetivo de promocionar Estancia Puesta del Sol con videos cortos y fotos que sean llamativas y demuestren la realidad.



Ilustración 24 Snapchat.

Fuente: Snapchat.

4. Twitter.

Twitter se ha ganado popularidad por crear sus tweets con sólo 140 caracteres. Se considera como un servicio de microblogging y como una red social que ha conquistado a sus 328 millones de usuarios activos, y quienes pueden crear y leer tweets de los followers. (Salinas, Mott.pe, 2017).

Esta red social que permite el contacto más directo a nivel mundial, a través de los famosos # (hashtag) que son una manera de resaltar algo, permiten que el contacto con los demás países sea interactivo y se viralice.

Se considera una importante herramienta de promoción ya que permite conectar con los demás países, llegando a un mercado internacional.

También permite venderse como empresa y marca, siendo más directo, no solo como un usuario, sino como parte del mercado de los negocios.



Ilustración 25 Pagina de Twitter.

Fuente: Propia.

5. WhatsApp Business.

WhatsApp es la aplicación de mensajería instantánea que fue comprado por Facebook por USD\$19 mil millones. Esta es, probablemente, la aplicación de comunicación que más se ha expandido en el mundo. Según el Facebook de Mark Zuckerberg, tienen aproximadamente 900 millones de usuarios activos al mes. WhatsApp ya ha sobrepasado la mensajería por SMS como nuestro método principal de comunicación. (F, 2015).

¿Para qué utilizar WhatsApp Business?

1. Es una herramienta con el propósito de hacer negocios
2. Conecta con nuevos prospectos
3. Aumenta la ratio de apertura de tus comunicados

4. Genera conversación gracias a la respuesta instantánea
5. Elimina elementos de fricción en la venta
6. Permite recibir consultas desde los anuncios de Facebook Ads
7. Te permite automatizar las respuestas
8. Automatiza tu negocio

Esto hará que marques una gran diferencia frente a tu competencia, al integrar un botón de chat en la demás app, permitirá un acceso más directo del cliente hacia el prestador de servicio, en este caso Estancia Puesta del Sol.



Ilustración 26 WhatsApp Business.

Fuente: Google.

6. Spot Publicitario.

Creación de un spot publicitario, en donde se muestre los servicios de Estancia Puesta del Sol, con la finalidad de promover el sitio, el cual será lanzado en las redes sociales.

El spot es un video corto donde se muestran fotos y video de lo que se ofrece en la Estancia, tiene una duración de 1 minuto, donde se describe cada foto presentada.

El guion de este es el siguiente:

Estancia Puesta del Sol, Tu comodidad, nuestra prioridad.

Ubicada en la comunidad del Sontule, Miraflor – Moropotente, del empalme Santa Adelaida 13 km al este.

Disfruta del turismo rural comunitario en un ambiente acogedor.

Ofreciéndoles servicio de alojamiento, alimentos y bebidas, tour, avistamiento de aves, cabalgatas, participación en actividades cotidianas familiares, recursos y servicios turísticos a tu disposición.

Disfruta y vive Estancia Puesta del Sol.

VIII. Conclusiones.

Luego del estudio del Plan de desarrollo turístico para estancia Puesta del Sol Miraflores-Moropotente se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se identificó el estado actual de la Estancia Puesta del Sol, concluyendo que cuenta con recursos, atractivos y servicios turísticos entre los que se destacan: un mirador natural, huerto familiar, alojamiento, alimentos y bebidas, recreación y esparcimiento como cabalgatas, tour de aves, autorrealización como lo es participar en las actividades cotidianas del que hacer de la familia.
- Se elaboró un modelo análogo 3D de acondicionamiento en estancia Puesta del Sol, presentando 3 cabañas turísticas, con el fin de mejorar la infraestructura e imagen de la estancia.
- Por último, se plantearon propuestas de marketing para promocionar la estancia, tomando en cuenta el modelo análogo 3D, haciendo referencia a la publicidad impresa y digital-visual.

IX. Recomendaciones.

De acuerdo a la investigación desarrollada y los resultados obtenidos se plantean las siguientes recomendaciones orientadas a complementar los servicios referentes a los aspectos de las condiciones de Estancia Puesta del Sol Mirafior-Moropotente, el modelo análogo 3D y las propuestas de Marketing usando el modelo análogo 3D.

- Enfocados a las condiciones actuales de la estancia, se le recomienda al propietario dar un mantenimiento a la infraestructura del lugar, remodelación y mantenimiento de este, para así comenzar con lo que sería la remodelación de la estancia y lograr una excelente servicio e imagen.
- En cuanto al modelo análogo, tomar en cuenta la propuesta presentada, la cual brindará al negocio un posicionamiento en el mercado y al mismo tiempo dará seguridad, estabilidad y confort al visitante.
- En el plan de Marketing, es importante tomar en cuenta las estrategias de promoción, las cuales aportaran una captación y acercamiento de clientes en el mercado turístico.
- Entre otras recomendaciones, es importante tomar en cuenta las sugerencias y necesidades de los visitantes.
- La capacitación del personal es una base fundamental para la prestación de servicio.

X. Bibliografía.

- Acerenza, M. A. (2005). *Promocion Turistica*. Mexico, España: Trillas.
- Alvarez Albelo, C. D., Becerra Dominguez, M., Caceres Alvarado, R. M., Osorno del Rosal, M., & Rodriguez Rodriguez, O. M. (2013). *Introduccion a la teoria Economica*.
Obtenido de https://campusvirtual.ull.es/ocw/pluginfile.php/5822/mod_resource/content/0/Presentacion_de_Tema_2_OCW_Economia_2013.pdf
- Avendaño Montenegro, F. N., & Cano Diaz, R. G. (06 de 03 de 2015). *Repositorio Unan.edu.ni*. Obtenido de Monografia: <http://repositorio.unan.edu.ni/1218/1/47385.pdf>
- Di-Bella, M. G. (1991Mexico). *Introduccion al Turismo*. Trillas.
- EAE Business School Harvard Deusto. (s.f.). Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/segmentacion-de-mercado-y-tipos-de-estrategias-de-marketing-cual-elegir/>
- En Frank. (2006). *Marketing y Publicidad*. Madrid.
- Esacademic. (2010). Obtenido de <https://esacademic.com/dic.nsf/eswiki/816222>
- F, L. (10 de 11 de 2015). *Mott.pe*. Obtenido de Mott.pe: <https://mott.marketing/whatsapp-como-herramienta-de-negocio/>
- FelipeIV. (28 de Enero de 2014). *Real Academia Española*. Recuperado el 29 de junio de 2019, de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/?id=2VvDfUT>
- Gardey, A., & Perez, J. (25 de Enero de 2010). *Definiciones*. Recuperado el 29 de junio de 2019, de Definiciones: <https://definicion.de/estancia>
- Gutierrez , J., Gutierrez, E. M., & Rodriguez, K. (2015). *Propuesta de Desarrollo Turistica Beylla Vista Mirafior Moropotente*. Esteli: UNAN.
- Gutierrez, M., Diaz, W., & Vallejos Cabrera, R. M. (2014). *Planificacion del Turismo*. Esteli.

- Hernandez Ortiz, R. (03 de 2006). *repository.uaeh.edu.mx*. Obtenido de Propuestas:
<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/11006/Diseno%20arquitectonico%20virtual.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodologia de la investigacion aplicada (4a.ed.ed.)*. Mexico: MCGRAW-HILL.
- INTUR, I. N. (s.f.). *intur.gob*. Obtenido de <https://www.intur.gob.ni/>
- La economia simple*. (2019). Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/infraestructura>
- La Publicidad*. (26 de 07 de 2014). Obtenido de Shopify, enciclopedia.: <https://es.shopify.com/enciclopedia/publicidad>
- Lester. (Mayo15 de 2013). *Ciencias y tecnologia*. Recuperado el 29 de junio de 2019, de Ciencias y tecnologia: <https://es.scribd.com/docum...>
- LogoRapid. (2010). Libro de Logotipos, Marcas e Imagenes de LogoRapid. *LogoRapid*. Barcelona, Barcelona, España. Obtenido de Libro de logotipos, marcas e imagenes.: <http://eduteka.icesi.edu.co/gp/upload/cd926106d823fed855b5e5d89c92798e.pdf>
- Marx, k. (10 de 02 de 2012). *Definiciones*. Obtenido de <https://definicion.mx/infraestructura/>
- Meneses, J., & Rodriguez, D. (s.f.). *El Cuestionario y la Entrevista*. Obtenido de uNiversidad Oberta Ctalunya: http://femrecerca.cat/meneses/files/pid_00174026.pdf
- OMT, O. M. (s.f.). *UNWTO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/press-release/2019-05-21/turismo-internacional-aumentan-las-cifras-y-la-confianza>
- OMT., O. M., & Sancho, A. (1998). *Introduccion al turismo*. Madrid, España: Egraf.
- Organizacion Mundial de Turismo, U. (12 de 05 de 2012). *UNWTO.ORG*. Obtenido de Sustainable development of tourism : <https://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Ortega, L. E., & Vicente, G. V. (2013). *TESIS " PLAN DE DESARROLLO TURISTICO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA DE TOACASO"*. Recuperado el 10 de 11 de 2019, de file:///D:/Users/USER/Downloads/T-UCE-0005-303.pdf
- Padilla, O. d. (1980). *Turismo, Fenomeno Social*. Mexico.
- Palma, J. F. (22 de Septiembre de 2017). *Animacion 3D en colombia*. Recuperado el 29 de junio de 2019, de Animacion 3D en colombia: <https://www.dweb3d.com/blog>

- Perez, J. (05 de Agosto de 2011). *Venemedia Comunicaciones C.A.* Recuperado el 29 de Junio de 2019, de Venemedia Comunicaciones C.A: <https://conceptodifinicion.dealojamiento>
- Polanco, C. E. (04 de 03 de 2010). DESARROLLO DE UN BROCHURE PARA LA EMPRESA IMAGEN & MARCA LTDA. *Trabajo de grado*. Bogota, Colombia. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/91115/tesis193.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salinas, A. (09 de 11 de 2017). *Mott. pe*. Obtenido de Mott.pe: <https://mott.marketing/informacion-sobre-que-es-y-como-funciona-la-red-social-snapchat/>
- Salinas, A. (24 de 10 de 2017). *Mott.pe*. Obtenido de Mott.pe: <https://mott.marketing/origen-historia-e-informacion-completa-sobre-la-red-social-twitter/>
- Sancho, A., & Organizacion Mundial del Turismo, O. (1998). *Introduccion al Turismo*. Madrid: Egraf.
- SECTUR. (2002). *Potencial turistico*.
- Thompson, I. (15 de 03 de 2015). *Promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/publicidad/concepto-publicidad.html>
- Uribe., M. J. (10 de Diciembre de 2015). *Alojamiento y cafe CASA*. Recuperado el 29 de Junio de 2019, de Alojamiento y Cafe CASA: <https://www.google.com.mundook>

XI. Anexos.

Anexo 1. Instrumentos de recolección de datos.

Entrevista.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria
FAREM Estelí.

Encabezado: Somos estudiantes de la licenciatura en Turismo Sostenible de UNAN-Managua, FAREM-Estelí, en este momento estamos realizando nuestra investigación de seminario de graduación con el objetivo de ..., por lo que le solicitamos de su valiosa contribución.

Entrevista dirigida a:

Fecha:

Elaborada por:

Claudia Figueroa.

Maykeling Rizo.

Dara López.

Propuesta de Desarrollo Turístico en Estancia Puesta del Sol Miraflores Moropotente.

Objetivo 1:

Identificar las condiciones actuales de Estancia Puesta del Sol Miraflores Moropotente.

1. ¿Dónde está ubicada estancia Puesta del Sol?
2. ¿Hace cuánto nació el proyecto?

3. ¿Qué servicios ofrecen?
4. ¿Qué otro servicio complementario le gustaría ofrecer?
5. ¿Cuántos visitantes reciben a la semana?
6. ¿Qué tipo de visitantes reciben?
7. ¿Qué días está disponible la estancia?
8. ¿Con cuanto personal dispone la estancia?
9. ¿El personal es de la zona?
10. ¿Qué precios Ofrecen?
11. ¿Cuál es la capacidad de la Estancia?

Objetivo 2.

Elaborar una propuesta de desarrollo turístico en Estancia Puesta del Sol.

1. ¿Cuál es la visión que tiene para su estancia?
2. ¿Cuál es el dimensionamiento del lugar?
3. ¿Con cuanto capital dispone?
4. ¿Qué diseño de infraestructura prefieren?
5. ¿Para cuantas personas visualizan la estancia?

Objetivo 3.

Diseñar Propuesta de Marketing utilizando el modelo análogo en 3D de alojamiento para Estancia Puesta del Sol.

1. ¿Como se han promocionado en los últimos años?
2. ¿Cómo se visualizan en el mercado turístico?
3. ¿Qué quiere conseguir ante la competencia?
4. ¿Cuál es su mercado actual?
5. ¿A quiénes quieren llegar?
6. ¿Tiene una estrategia de promoción que desean potenciar?
7. ¿Cómo se quieren promocionar?

Ficha de recopilación de datos para información de estancia puesta del sol Miraflores Moropotente.

Ficha de recopilación de datos.

Nombre:

Ubicación:

Descripción:

Particularidades:

Estado actual:

OBSERVACIONES:

Tipo de visitante:

Extranjero

Nacional

Regional

Local

Acceso hacia el lugar

A caballo

A pie

Automóvil Particular

Bus Público

Bus Turístico

Otro.....

Ruta de acceso al lugar

Tipo de ingreso:

Época propicia de visita

Todo el Año

Esporádicamente-algunos meses.....

Fines de semana.....

Horario de visita:

Especificaciones: días cerrados.

Infraestructura

Agua

Luz

Alcantarillado

Señalización

Otra.....

Todas las anteriores

Actividades desarrolladas.

Observación de Fauna

Observación de Flora

Deportes / aventura

Servicios actuales dentro del lugar:

Alojamiento:

Hoteles

Aparta-Hoteles

Hostales

Albergues

Casas de Hospedaje

EcoLodges

Otro.....

Otros servicios:

Lugares de esparcimiento:

Servicios actuales fuera del lugar

Alojamiento:

Alimentación:.....

Otros servicios:.....

Lugares de esparcimiento:

Datos complementarios:

Fecha:

FIRMA.

Ficha caracterización de recursos.

Tabla 12 ficha caracterización de recursos.

Ubicación del Recurso	Características Del Recurso				Observaciones				
	Departamento								
	Municipio								
	Comunidad								
Tipo de recurso	Natural	Tangible	Permanente						
			Temporal						
		Intangible	Permanente						
			Temporal						
	Cultural	Tangible	Permanente						
			Temporal						
		Intangible	Permanente						
			Temporal						
	Socioeconómico	Tangible	Permanente						
			Temporal						
		Intangible	Permanente						
			Temporal						
Tipo de Propiedad	PUBLICA		Tipo de Administración	PUBLICA					
	PRIVADA			PRIVADA					
	MIXTA			MIXTA					
	COMUNITARIA			COMUNITARIA					
Dirección Exacta									
Descripción del recurso									
Distancia y tiempo de los principales	Centro Emisor		VIA	Aérea		Distancia KMS		Tiempo Horas	
				Terrestre					
				Acuática					
				Otra					

centros de EMISOR									
Señalización	Internacional		Condiciones	Excelente Buena Regular Mala Inexistente					
	Nacional								
	Municipal								
	Urbana								
	Rural								
	Otra								
Condiciones de acceso	Excelente		Vialidad	Carretera Pavimentada		Formas de Acceso	Aéreo Acuático Terrestre		
	Buena			Caminos Revestidos					
	Regular			Caminos De todo tiempo					
	Mala			Caminos En estación seca					

Servicios Básicos		Características Generales			Estado del servicio	
Agua Potable	Características generales	Potable		Estado del servicio	Excelente	
		Pozo Privado			Bueno	
		Pozo comunitario			Regular	
Aguas negras		Otro Medio		Letrina ecológica		
		Red Publica			Letrina convencional	
		Sumidero				Excelente
	Pila séptica			Bueno		
	Panel solar					

Electricidad	Características generales	Planta eléctrica		Estado del servicio	Regular
		Otro medio			
		Red publica			Malo

Tabla 13 Ficha de caracterización de recursos

Comercialización		Turísticas						
Digital	Página Web		Email		Otros			
Impreso	Brochures		Guía Turística		Volantes		otros	
Servicio	Tour operadoras		Empresa turísticas		Transporte turísticos			
Demanda	Temporal		Esporádica		Alta		media	Baja
Observaciones generales								

Equipamiento y Servicios		Turísticos						
Alojamiento	Hoteles		Hospedajes		Hostales	Moteles	Posadas	Albergues
Restauración	Restaurantes		Cafeterías		Comedor	Fritangas	Bares	Otros
Servicio	Tour operadora		Empresas turísticas		Guía turísticas	Guía Turísticas	Transporte Turísticos	
Observaciones generales								

Anexo 2. Presupuesto.

Tabla 14 Presupuesto Cabaña N°1

Materiales	Cantidad	Precio.
Ladrillo	3000	C\$9,000
Arena	10 mts	C\$5,500
Cemento	40 bolsas	C\$12,640
Hierro 1/2"	7 qq 1/2	C\$12,600
Piedrin	5 mts	C\$4,000
Hierro 3/8"	3 qq	C\$4,500
Parrillas	2	C\$1,800
Perlin galvanizado	20	C\$32,00
Zinc calib 26	7	C\$1,400
Goloso	600	C\$1,500
Soldadura	2 cajas 3/4	C\$1,880
Disco para metal 9"	5	C\$825
Gypsum	20 laminas	C\$5,000
Tornillos 1 1/4	1,200	C\$480
Tornillo frijolito 1/2"	350	C\$202
Postes 3 5/8"	39	C\$1,833
Canal de amarre	17	C\$800
Cinta Maya	1 rollo	C\$150
Repemax	4 sacos	C\$3,200
Duroc	10 laminas	C\$8,200
Tornillos para Gypsum punta fina.	1000	C\$450

Zinc 3.5m x 1m.	14	C\$9,900
Cumbreras	7 metros	C\$1,300
Tubo 4x4 x 1/16	10	C\$16,000
Perlin 2x6x1/16	9	C\$13,500
Tubo 1"	5	C\$2,000
Perlin 2x4x1/16	8	C\$4,160
Anticorrosivo	1 galón	C\$450
Cener	1 galón	C\$220
Puertas	2	C\$33,000
Ventanas aluminio y vidrio	3	C\$10,000
Hierro 1/4"	5qq	C\$7,000
Alambre de amarre	70 libras	C\$1,680
Clavos 3"	5 libras	C\$100
Clavos 2.5"	5 libras	C\$100
Clavos 2"	5 libras	C\$100
Tabla para formaleta	10	C\$3,000.
Total materiales		C\$210,390. \$6,262.
Mano de obra		C\$ 100,600 \$2,994

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.

Tabla 15 Presupuesto. Cabaña N° 2 Y 3.

Materiales	Cantidad	Precio
Ladrillos	2000	C\$6,000
Arena	3 mts	C\$1,650
Piedrin	1 mt	C\$800
Hierro 3/8"	3 qq	C\$4,800
Hierro 1/4"	2 qq	C\$2,900
Cemento	30 bolsas	C\$9,480
Alambre de amarre	20 libras	C\$480
Parrilla electrosoldada	1	C\$950
Perlin cajas 4x4	3	C\$4,800
Clavos 3"	3 libras	C\$75
Clavos 2.5"	3 libras	C\$75
Clavos 2"	3 libras	C\$75
Perlin 2x4x1/16"	3	C\$1,560
Soldadura	1libra	C\$80
Disco 9"	1	C\$165
Zinc calb 26 1x3.50 12p	6	C\$4,284
Goloso	100	C\$250
Ventanas	4	C\$7,560
Total, material.		C\$ 45,894. \$1,365.
Mano de obra		C\$24,700 \$735.

Fuente: ARQ. Jeffrey Torres.



Anexo 3: Infografía.



Ilustración 27 Frente Estancia Puesta del Sol.

Fuente: Propia.



Ilustración 28 Entrada principal de la Estancia

Fuente: Propia.



Ilustración 30 Entrevistando.



Ilustración 29 Vista panorámica a 25 metros de la estancia.



Ilustración 31 Visita de campo. Compartiendo en familia.

Fuente: Propia.



Ilustración 32 Huerto familiar.



Ilustración 33 Recorriendo la comunidad El Sontule.

Fuente: Propia.



Ilustración 34 Recorriendo el terreno de estudio.

Fuente propia.



Ilustración 36 Visitantes en Estancia Puesta del Sol.

Fuente: Iván Villarreina.



Ilustración 35 Tardes Familiares. Estancia Puesta del Sol.

Fuente: Iván Villarreina.



Ilustración 38 Vistas El Sontule Miraflores.

Fuente: Iván Villarreina.

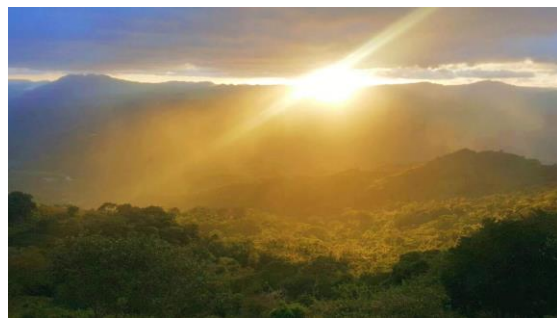


Ilustración 37 Mirador Natural. El Sontule.

Fuente: Propia.



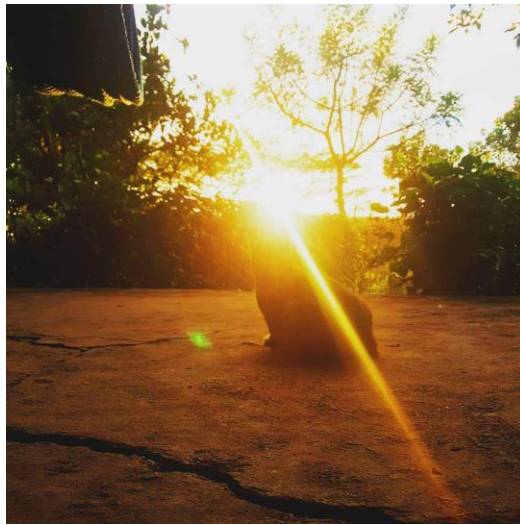
Ilustración 40 Mañanas en Miraflor.

Fuente: Propia.



*Ilustración 39 Mañanas en Estancia
Puesta del Sol.*

Fuente: Propia.



*Ilustración 42 Tarde en Estancia
Puesta del Sol.*

Fuente: Propia.



*Ilustración 41 Vía de
acceso. El Sontule Miraflor.*

Fuente: Propia.