



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Recinto Universitario Rubén Darío
Facultad de Educación e Idiomas
Turismo Sostenible

Seminario de Graduación para Optar al Título de Licenciatura en Turismo Sostenible

Tema: "Emprendimiento y Turismo Creativo en Nicaragua"

Subtema:

Propuesta de emprendimiento turístico: Servicio de audio guiado en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, Ciudad de Granada, octubre - diciembre de 2022.

Autores: Bra. Maradiaga Cárdenas Eusyania María

Bra. Orozco Varela Alisson Layjani

Br. Velásquez Silva Adonis

Tutora: Lic. Ana Patricia Arce

Managua, Nicaragua, 01 de diciembre de 2022.

Dedicatoria

Dedicamos nuestro trabajo principalmente a Dios, por permitirnos llegar hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional. A nuestras madres, por ser el pilar más importante y por demostrarnos siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferentes opiniones.

Dedicamos nuestro emprendimiento a los profesores que estuvieron en transcurso de nuestra carrera, por tenernos paciencia y constancia en nuestros trabajos, no lo hubiésemos logrado tan fácil sin ellos.

Dedicamos nuestro emprendimiento a la profesora Ana Arce, por darnos consejos, fueron siempre útiles cuando no salían de nuestro pensamiento las ideas para escribir lo que hoy hemos logrado y forman parte importante de esta historia con sus aportes profesionales que la caracterizan.

A nuestros hermanas(os) por estar siempre presentes, acompañándonos y por el apoyo moral, que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por bendecirnos y guiarnos a lo largo de nuestra existencia, a lo largo de estos 5 años de la carrera, por ser el apoyo incondicional en aquellos momentos que presentamos dificultades y debilidades.

A nuestras madres por estar con nosotros en todo momento, apoyando, dándonos palabras de aliento para seguir con nuestros objetivos que tenemos en mente, y por ser el principal motor de nuestras vidas

También agradecemos a cada uno de los profesores, el cual estuvieron en nuestro proceso educativo y en especial a la Lic. Ana Arce, quien fue nuestra tutora, y estuvo con nosotros brindándonos indicaciones y orientaciones indispensables en el desarrollo de nuestro emprendimiento, con ella aprendimos que nunca hay que rendirse y seguir adelante con nuestras metas para alcanzar el camino hacia el éxito.

Resumen Ejecutivo

En Nicaragua el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes que contribuyen a la mejora de calidad de vida, conservando la identidad, patrimonio cultural y natural.

De igual manera se pueden encontrar sitios turísticos de gran importancia, uno de ellos es la ciudad de Granada, caracterizada por ser uno de los puntos más visitados por turistas nacionales y extranjeros en la actualidad y por poseer museos arqueológicos, etnográficos y monumentos que conservan la historia, cultura y tradiciones entre ellos el Centro Cultural Museos Convento San Francisco.

Esta propuesta surge como una idea de emprendimiento que pretende dar solución a las necesidades identificadas en el área de prestación de servicios turísticos del Museo Convento San Francisco, principalmente referido a la carencia de guías locales y guías de sitios, tanto en la ciudad como en el convento, incidiendo en la calidad de los servicios y en la satisfacción de los visitantes provocando a mediano y largo plazo una disminución en las visitas.

Con la finalidad de presentar una propuesta de solución se ha desarrollado una idea de emprendimiento que consiste en la prestación de servicios de audio guiado en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, procurando ampliar la oferta y mejorar la calidad de los servicios ya ofertados.

El documento contiene la propuesta de valor, mecanismo de visualización, herramienta Canva, matriz de recursos, matriz de capacidades humanas, matriz de presupuesto y acciones de marketing para el emprendimiento.

Índice

I.	Introducción	1
II.	Justificación	4
III.	Objetivo.....	8
	Objetivo General:	8
	Objetivos Específicos	8
IV.	Desarrollo del Subtema:	9
	4.1 Definición de la idea de emprendimiento	9
	4.1.1 Propuesta de valor	12
	4.2 Modelo de negocio.....	14
	4.2.1 Mecanismo de visualización.....	14
	4.2.2 Herramienta Canva.....	15
	4.3 Matriz de recursos, capacidades humanas y presupuesto para el emprendimiento planteado	18
	4.3.1 Matriz de Recursos	18
	4.3.2 Matriz de Capacidades Humanas	19
	4.4 Acciones de marketing para el emprendimiento.....	24
V.	Conclusiones.....	26
VI.	Bibliografía.....	28
VII.	Anexos	29

I. Introducción

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022) el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

En Nicaragua, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes, no sólo impacta al propio sector económico, también contribuye a la mejora de la calidad de vida del pueblo respetando, conservando su identidad, patrimonios culturales y naturales, si es administrado de manera sostenible.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), asume que el turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los productos materiales e inmateriales de un destino turístico. Estos atractivos guardan relación con un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad, entre ellos las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural.

Se comprende que el turismo creativo o también conocido como turismo naranja es una nueva forma que se caracteriza dentro del entorno cultural. Según Richards y Reymond (2000) quienes definen el turismo creativo como aquel que ofrece la oportunidad a los visitantes de desarrollar su potencial creativo, mediante su participación en experiencias en los destinos visitados, que se basa en las actividades recreativas inspiradas en la cultura local y en sus diversas manifestaciones.

Por su parte, la Carta Mundial de Turismo Sostenible incluye al turismo cultural y creativo como un motor de desarrollo turístico a través de una gestión responsable de patrimonio cultural, materiales, las artes, las industrias culturales y creativas.



De la misma manera, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) define al turismo creativo como actividades creativas basadas en los conocimientos que conectan a los productores, consumidores y destinos, utilizando la tecnología, el talento o habilidades para generar productos culturales intangibles significativos, contenido creativo y experiencias.

Tomando en cuenta los planteamientos anteriores, la (OMT, 2015) ha fijado dos objetivos generales en el ámbito del turismo cultural: que sea responsable, integrador y sostenible, contribuyendo al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales y mejorando su bienestar, y que contribuya al enriquecimiento y a la conservación de la identidad cultural del destino, promoviendo intercambios transculturales entre los visitantes y la comunidad de acogida, así como el fomento y la preservación del patrimonio cultural.

En el caso de Nicaragua, desde distintas instituciones y programas nacionales se promueve el desarrollo de la actividad turística mediante proyectos que dinamicen, además, la economía nacional, este es el caso del programa de Nacional de Ciudades creativas, proyecto, impulsado a nivel mundial por la UNESCO, desde 2004, diseñado para promover la cooperación hacia y entre las ciudades que identifiquen la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible.

A nivel nacional se ha perfilado la actividad turística como ese factor dinamizador estratégico, a razón que, en la actualidad, ya se cuenta con siete ciudades denominadas ciudades creativas, en todas ellas, al estar integradas en esta red nacional, se promueve el talento innovador de los protagonistas, la cultura viva, habilidades y capacidades creativas, favoreciendo el desarrollo social, cultural, económico y sostenible del municipio.

En este contexto de aprovechamiento de nuevas oportunidades para el emprendimiento en el sector turístico, se enmarca esta propuesta de ofertar un servicio innovador en el país, además de necesario en un destino turístico de gran demanda a como lo es la ciudad de Granada. Esta propuesta de emprendimiento



Propuesta de emprendimiento turístico: Servicio de audio guiado en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, Ciudad de Granada, octubre - diciembre de 2022

consiste en ofrecer el servicio de audio guiado en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, uno de los principales destinos de visita de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

A pesar de que el reconocido Convento San Francisco, es un punto imperdible en la visita a la ciudad de Granada, carece de algunas facilidades tales como el servicio de guiado permanente dentro de sus instalaciones, esta dificultad es evidente, tanto para visitantes de habla hispana como para visitantes de otros idiomas. Esta deficiencia, incide de manera directa en la calidad del servicio e imagen del sitio, sin mencionar que los visitantes no tienen la oportunidad de conocer con amplitud la historia del país y riqueza cultural de cada una de sus salas y exposiciones.

Con esta alternativa el visitante tendrá la oportunidad de recorrer por completo el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, además de obtener la información veraz y completa de cada elemento que constituye el Centro. Mediante la ejecución de esta propuesta, se le brindará información detallada de cada etapa de la historia, su construcción, evolución, la descripción de las salas temáticas, esculturas, pinturas y artistas presentes en el Centro.

En este documento se describe el proceso de creación de esta propuesta, iniciando con la definición de la idea de emprendimiento, y su respectiva propuesta de valor, cuenta además, con la aplicación de la herramienta canva a la propuesta, acompañado de su modelo de negocio, asimismo, se detalla la matriz de recursos y capacidades humanas y el presupuesto inicial requerido para el emprendimiento, como también las respectivas acciones de marketing generales para este emprendimiento.



II. Justificación

En la actualidad el turismo en Nicaragua ha evolucionado para promover y desarrollar el país como destino turístico a la altura de otros en la región, se ha promovido entre los prestadores de servicios, la mejora de la calidad y la apertura de una oferta turística más amplia, integrando principalmente los elementos culturales propios del país. El crecimiento sostenido registrado en el sector turístico y sectores de apoyo a la actividad turística, ha significado para el país una de las principales fuentes de ingreso para la economía nacional.

En cuanto al análisis de la necesidad de una propuesta de este tipo, se ha identificado que una de las principales dificultades que presenta el país, es la carencia de guías en los destinos turísticos, incluso de mayor afluencia, lo que provoca que los visitantes no logren conocer a profundidad la historia y riqueza cultural de los sitios que visitan, ya que no se cuenta con toda la información.

Esta propuesta de emprendimiento pretende solventar una de las principales dificultades identificadas en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, relacionado con la calidad de la prestación de sus servicios. El Centro, al ser considerado una de los principales referentes en la historia y cultura del país, debería de tener a disposición para todos sus visitantes, el servicio de guiado tanto en español como en los distintos idiomas (francés e inglés).

El principal beneficiario con esta propuesta de emprendimiento es en primer lugar el visitante, al tener la oportunidad de acceder de manera directa a la información completa sobre el sitio, así mismo, el dispone del tiempo que estime conveniente para hacer el recorrido. El Centro Convento San Francisco, con la implementación de este servicio también logrará mejorar la calidad de su servicio y ampliar la oferta a posibles nuevos visitantes. Este servicio, además, está a disposición de implementarse en otros sitios que presenten características similares y requieran de la interacción entre el sitio y los visitantes.



Siendo consecuentes, como se mencionó anteriormente con los programas y proyectos de nación en pro de la promoción turística del país, es evidente la relación que debe guardar esta propuesta con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), es por ello que se ha identificado el ODS número 8, que guarda intrínseca relación con el turismo y expresa lo siguiente tanto en su meta como indicadores: "Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos". Aborda directamente el turismo en la **meta 8.9**: "Para 2030, elaborar y aplicar políticas para promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales", que tiene dos **indicadores: 8.9.1**: "PIB directo del turismo como proporción del PIB total y de la tasa de crecimiento" y **8.9.2**: "Proporción de puestos de trabajo en las industrias de turismo sostenible con respecto al total de puestos de trabajo en el sector turístico".

Con lo expresado en el párrafo anterior, esta propuesta de "Servicio de audio-guiado", al aplicarse a un destino de gran importancia histórica y cultural como lo es la ciudad de Granada, está contribuyendo a promover la cultura y sus productos locales, y al ser un emprendimiento juvenil, también fomenta la creación de puestos de trabajo nuevos, utilizando la tecnología como una herramienta para ello. A mediano y largo plazo, con el posible incremento de visitantes al sitio y por tanto a la ciudad, esto incrementa también la demanda de los servicios conexos relacionados a la actividad turística, cumpliéndose de esta manera el incremento en la proporción del PIB Total, y los puestos de trabajo en el sector turístico.

En tanto, El Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza se enfoca en la política, estrategias y acciones transformadoras que ratifican en la ruta del crecimiento económico, la reducción de la pobreza y las desigualdades y tiene una relación muy importante con el turismo ya que es una fuente importante de crecimiento económico, especialmente en países de desarrollo y genera empleos.



De igual manera el Turismo es fundamental en el ámbito, cultural, social y económico, por su aporte al mejoramiento de las infraestructuras, mediante la generación de empleos tanto directos como indirectos.

Una consideración especial es el papel que juega la relación entre los ODS y los museos, especialmente en la protección y salvaguarda del patrimonio cultural y natural, al apoyo a la educación para el desarrollo sostenible.

Desde las universidades, es una misión importante promover el patrimonio cultural que orienta el Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza para promover, rescatar, salvaguardar y divulgar prácticas culturales que ponen en valor la protección, desarrollo y aprovechamientos de los museos.

Y en el caso de Nicaragua, se tienen muchas ciudades con valor histórico y cultural, con riquezas en museos y una de ella es Granada, que es considerada un sitio turístico y la ciudad más antigua del país; que promueve y conserva su amplio centro histórico colonial, patrimonio artístico y arquitectónico y, es uno de los puntos más visitados por turistas extranjeros; En la actualidad la ciudad de Granada posee diversos tipos de museos que se caracterizan por estar localizados en sitios históricos, arqueológicos y etnográficos con monumentos que adquieran, conserven y difundan la prueba material de los pueblos y su entorno.

En correspondencia con lo expuesto anteriormente, esta propuesta de emprendimiento "Audio Tour" consiste en un servicio de alquiler de reproductores que será de fácil manejo para los usuarios que visiten el Centro Cultural Museos San Francisco y conocer más sobre la historia y la cultura de la región.

Este servicio se presta mediante el alquiler de un reproductor, que contará con información clara y detallada de las 5 áreas que posee el sitio, de esta manera el visitante no tendrá la necesidad de que el guía local que esté presente, podrá seleccionar la ruta de interés en el área que desea visitar, estará disponible en 3 idiomas (español, inglés, francés), además contará con las opciones de pausar, adelantar o escuchar nuevamente la explicación de los elementos internos del



***Propuesta de emprendimiento turístico: Servicio de audio guiado en el Centro Cultural
Museos Convento San Francisco, Ciudad de Granada, octubre - diciembre de 2022***

Centro que hayan sido de su interés, Con estas facilidades se le concede al visitante la autonomía requerida para gozar de su visita con el tiempo que el considere, haciendo de esta una experiencia satisfactoria.



III. Objetivo

Objetivo General:

- Diseñar una propuesta de emprendimiento que genere valor para el mercado nacional e internacional, ajustándose a las necesidades actuales de turismo creativo en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco en la ciudad de Granada

Objetivos Específicos

1. Definir una idea de emprendimiento vinculada al turismo creativo en el Centro Cultural Museos de San Francisco en la ciudad de Granada.
2. Aplicar la metodología Canva para la concepción del modelo de negocio en el Centro Cultural Museos de San Francisco en la ciudad de Granada.
3. Elaborar una matriz de recursos claves, fuentes de ingresos y estructura de costos del emprendimiento planteado en el Centro Cultural Museos San Francisco en la ciudad de Granada.
4. Diseñar acciones de marketing para el emprendimiento “Audio-guías” en el Centro cultural museos San Francisco en la ciudad de Granada.



IV. Desarrollo del Subtema:

“Servicio de audio guiado en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco”

4.1 Definición de la idea de emprendimiento

La ciudad de Granada es quizá el mayor atractivo urbano de Nicaragua, por tanto, uno de los puntos más visitados por turistas extranjeros en la actualidad, ofrece una amplia variedad de edificaciones arquitectónicas, iglesias, sitios naturales, paisajes y por supuesto museos, que guardan en su interior toda una historia y riqueza cultural que identifica al nicaragüense.

En cualquier destino turístico en el mundo, una de las tareas más difíciles es poder brindar al visitante la información completa y veraz acerca del sitio que seleccionó como destino turístico. En muchas ocasiones, la experiencia del visitante en el destino se ve opacada por no contar con las herramientas o medios necesarios para informarse de los acontecimientos históricos o documentarse sobre el entorno que le rodea, ya sean edificaciones, plazas, miradores entre otros, y lamentablemente en Nicaragua, aun se carece de la práctica de ubicar paneles informativos en los sitios de mayor afluencia y en otras ocasiones los datos contenidos en los paneles son insuficientes.

Por tanto, este proyecto pretende, ser la oportunidad idónea para solventar esta dificultad también identificada en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, perteneciente a la red de museos administrada por el Instituto Nicaragüense de Cultura (INC). Esta propuesta de emprendimiento, contribuirá a fortalecer y facilitar el acceso a la información sobre el sitio, cada una de sus salas de exposición y sus alrededores.



El Centro Cultural alberga cinco museos temáticos, el Museo de Memorias y Tradiciones de Granada compuesto por tres salas de exhibición, el Museo de Pintura Primitivista en la Revolución, compuesto por tres salas, el Museo del Arte Popular Religioso, compuesto igualmente por tres salas, el Museo del Mueble Tradicional Granadino y el Museo Regional de Arqueología.

En base a lo abordado anteriormente la selección de este emprendimiento fue un arduo trabajo, en un inicio se realizó la encuesta donde se presentaron dos ideas de emprendimiento, luego, se procedió a solicitar a un grupo de personas de distintas edades, participar de una encuesta que permitiera seleccionar la opción más viable y aceptada por el público.

La primera opción fue el desarrollo de una aplicación móvil, para ofertar el servicio de recorrido virtual en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco y la segunda opción fue una propuesta de Autoguiado mediante el uso de un reproductor de audio, aplicado para el mismo sitio.

La primera parte del proceso consistió, en la selección de 50 personas para la aplicación de las encuestas, en ella participaron tanto hombres como mujeres con un rango de edades entre 19 y 30 años y nivel académico universitario.

La herramienta utilizada para facilitar la encuesta fue por medio de google forms de Google Works Space, de ello se puede resaltar los siguientes datos de interés:

- Participación femenina registra un 74% y masculina 26%
- Rango de edades participantes de 19 a 30 años
- El 52% de los encuestados ya cuenta con nivel académico universitario.



A continuación se presentan los resultados de los datos recolectados a través de las encuestas para cada segmento de mercado.



Idea 1: Desarrollo de la aplicación móvil.

Idea 2: Servicio Auto guiado mediante un reproductor de audios



4.1.1 Propuesta de valor

"Audio Tour" se trata de un reproductor de audio que contendrá todos los audios descriptivos correspondientes a las distintas áreas del recorrido que los usuarios realizarán de forma autónoma en las instalaciones del Centro Cultural Museos Convento San Francisco, sin tener que contar con los servicios de un guía.

Con esto se pretende brindar un servicio de alquiler del dispositivo de audio, facilitando el acceso a la información detallada sobre las esculturas, pinturas, obras y las piezas de exposición que posee el sitio. Mediante un dispositivo de audio, el usuario podrá acceder a la información previamente grabada en los idiomas, inglés, francés y español, en primera instancia. Una opción es realizar el recorrido completo que ofrece los datos completos de fundación, historia, estilo arquitectónico entre otras, para luego continuar con el detalle y explicación de cada una de las salas, esculturas, pinturas, murales y personalidades importantes de la ciudad y el país.

Otra de las opciones y considerada ventaja del uso de este dispositivo, es la selección directa de la información de interés específico sobre el sitio, a manera de ejemplo, puede que seleccione únicamente conocer sobre la historia y significado de cada una de las esculturas ubicadas en el corredor del Museo, aprovechando con esto de mejor manera el manejo de su tiempo.

El tiempo del que dispone el visitante es también considerado para la concepción de esta propuesta, pues dependerá únicamente del usuario el tiempo que desee dedicar a su visita, pudiendo acortar el recorrido y seleccionar solo las salas o áreas.

Uno de los beneficios funcionales con los que cuenta el reproductor, es mejorar la comprensión del contenido con los oyentes, transmitiéndoles una excelente información, con una muy buena calidad del sonido, además seleccionarán la ruta y los puntos de interés que desea visitar el usuario, podrán retroceder, pausar, adelantar los audios las veces que sean necesarias y estarán disponibles en varios idiomas (francés, inglés, español).



Es importante mencionar que este servicio no se ha implementado de manera oficial en ninguno de los museos de Nicaragua, ni en los privados ni en los que son administrados por el Instituto Nicaragüense de Cultura (INC), se resalta también la utilidad de este método, porque contribuirá a compensar la carencia de guías bilingües que se registra en la mayoría de los museos del país.

“Audio Tour” se diferencia del resto ya que en los museos de Nicaragua aún no se cuenta con un servicio de reproductores audio guiado, tendrán disponibles 3 idiomas, por otra parte, gracias a este formato el usuario podrá disfrutar de su recorrido con la comodidad de escuchar en el reproductor las explicaciones y narraciones sobre el Centro cultural museos San Francisco permitiendo que realice la visita a su ritmo y según sus intereses.



4.2 Modelo de negocio

4.2.1 Mecanismo de visualización

Al desarrollar nuevos conceptos de promoción de la marca o diseños de productos, es de vital importancia cerciorarse de que haya una comprensión mutua de lo que estás tratando de lograr entre todas las personas que participan en el proyecto

El mecanismo visualización es la representación de la marca, esto permitirá reflejar el posicionamiento dentro del mercado para dirigirse a los usuarios, este emprendimiento consiste en un reproductor audioguiado para brindar información amplia en el Centro Cultural museos San Francisco en la ciudad de Granada.



Presentación del reproductor

- Recorrido Autónomo
- Claridad y facilidad de la información
- Selección de idiomas
- Acceso a la información



Pantalla de selección de audios e idiomas



4.2.2 Herramienta Canva

Se utilizó el modelo Canva, como una herramienta necesaria en el emprendimiento de servicios de recorrido audio guiado, por medio de esto se facilitó ordenar de manera lógica los elementos que se requieren para la visualización de la gráfica.





a. Segmento de Mercado

En el Centro cultural museos convento San Francisco los principales usuarios serán los turistas nacionales y extranjeros, el cual se les brindará un servicio de auto guiado para que puedan realizar su recorrido.

b. Propuesta de Valor

"Audio Tour" ofrecerá un recorrido audio guiado que brindará información amplia sobre las cinco áreas del museo, el usuario obtendrá la información completa sobre el sitio que visita.

c. Mercadeo

En el Centro Cultural Museos Convento San Francisco se tiene como propuesta ofertar un servicio de alquiler de reproductores de audio guiado que será ofrecido a los visitantes.

d. Relación con los visitantes

"Audio Tour" le ofrecerá al visitante una experiencia única, con una amplia información del sitio durante el tour, para satisfacer las expectativas del turista con un precio accesible para la comodidad del usuario.

e. Fuentes de ingreso

El costo del alquiler de los reproductores para turistas nacionales es de 100 CS y para turistas extranjeros serán 10\$. Estos precios están proyectados de manera que puedan cubrirse los costos de mantenimiento de los equipos, y la reposición de reproductores y auriculares, el gasto del alquiler de las oficinas.

f. Socios claves

Los socios claves son las alianzas que ayudan al emprendimiento tales como Centro Cultural Museos Convento San Francisco, Alcaldía Municipal, Instituto Nicaragüense de Cultura (INC) , Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), Tours operadoras , agencias de viajes y universidades.



g. Actividades Claves

Es un servicio de tour autoguiado que tiene la disponibilidad de tres idiomas (español, francés, inglés) tendrá una amplia información en las 5 áreas que ofrece el museo.

h. Recursos Claves

Los recursos necesarios para el funcionamiento de este emprendimiento son los reproductores de audio, auriculares, memorias SD, cargador y el contenido a desarrollar en los recorridos.

Además de los elementos descritos, se hace necesario contar con un espacio físico dentro de las instalaciones del museo para ofertar los servicios a los visitantes.

i. Canales de comercialización

Nuestras opciones de canales son publicidad en redes sociales, clientes potenciales Centro Cultural Museos Convento San Francisco, brochure, paneles información y de voz en voz.

j. Estructura de costo

Consiste en el alquiler de oficina, adquisición de reproductores, auriculares, posicionamiento de la marca, posicionamiento de calidad, videos marketing y anuncios en redes sociales



4.3 Matriz de recursos, capacidades humanas y presupuesto para el emprendimiento planteado

4.3.1 Matriz de Recursos


Audio tour utilizó la matriz de recursos para llevar acabo el área administrativa y el área de atención al cliente, la cual tiene elementos materiales en cada área que cuenta con personas encargadas y con contextos normativos.

Reproductor "Audio Tour"	Elementos. Materiales	Personas	Contexto normativo
Área Administrativa	-Oficina -Servicios básicos (Agua, luz eléctrica e internet) -Mobiliario -Equipos de oficina	-Gerente general -responsable financiero	-Normativa de seguridad interna -Normativa jurídica y legal -Norma de auditoría interna "Audio Tour"
Área de atención al cliente	-Espacios de atención al cliente -Mobiliario -Equipos de oficina	-Gestor de atención al cliente	-Manual de atención al cliente -Instructivo de uso de los equipos



4.3.2 Matriz de Capacidades Humanas

La matriz de capacitación humana, es una herramienta útil para la empresa "Audio Tour", ya que es una representación visual del talento que desempeña cada trabajador.

<p>Nombre: Alisson Layjani Orozco Varela</p> 	<p>Habilidades Principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comunicativo -Habilidad para resolver problemas -Empatía -Habilidad social -Fluidez en la toma de decisiones -Habilidad en idiomas 	<p>Proceso que lidera o del cual es parte:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Directora general en el área administrativa 	<p>Responsabilidades principales del proceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Formular planes estratégicos para estar a la vanguardia de satisfacer los gustos del mercado. -Planear, organizar y verificar la calidad y puntualidad en la prestación del servicio. -Aportar ideas nuevas e innovadoras para la promoción y comercialización del servicio -Mantener contacto permanente con clientes actuales y potenciales.
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Brindar Orientación -Planificar estrategias -Organizar y administrar los recursos que se emplean en cada área que conforman al ente. -Controlar y reorganizar los procesos estratégicos que fueron planificados anteriormente y que están puestos en práctica. 	<p>Actividades Principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Búsqueda constante de nuevos clientes. -Verificar y evaluar la calidad del servicio prestado. -Formular y evaluar indicadores para medir el nivel de satisfacción del cliente a través del servicio postventa. -Diseñar e implementar estrategias promocionales y comerciales. -Realizar actividades de integración y motivación con el equipo de trabajo. -Orientar la elaboración de políticas, objetivos corporativos, manuales de procesos y procedimientos y reglamentos necesarios para la Corporación 	<p>Personas a su cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Eusyania María Maradiaga Cárdenas (Asesora de ventas) -Adonis Silva Velázquez (Gerente Financiero) 	<p>Contactos:</p> <p>E-mail: varelagarcia2402@gmail.com Cel: 81018154</p>



**Propuesta de emprendimiento turístico: Servicio de audio guiado en el Centro Cultural
Museos Convento San Francisco, Ciudad de Granada, octubre - diciembre de 2022**

Nombre: Eusyania
María Maradiaga
Cárdenas



Habilidades Principales:

- Dominio en atención al cliente
- Dominio en el idioma de Ingles
- Capacidad de liderazgo
- Trabajo en equipo
- Relación con el cliente
- Dinámico
- Empático

Proceso que lidera o del cual es parte:

- Gestor de atención al cliente

Responsabilidades principales del proceso:

- Ampliar el portafolio del producto
- Promover la eficiencia y rentabilidad
- Administrar la base de datos de los clientes
- Elaborar planes de visita e implementar diferentes técnicas de ventas
- Desarrollar estrategias nuevas e innovadoras para la consecución de metas.
- Aprobar los planes presupuestarios y de ventas.

Funciones:

- Investigar y conocer el mercado
- Identificar nuevos clientes potenciales
- Supervisar y coordinar las operaciones del departamento de ventas
- Establecer objetivos de ventas
- Crear campañas de ventas más efectivas.
- Estar al día con las nuevas tendencias y productos del mercado.

Actividades Principales:

- Dar soluciones a inconvenientes que se presentes con los clientes.
- Ofrecer y promocionar el portafolio de servicios.
- Diseño e implementación permanente de estrategias de promoción y comercialización del servicio.
- Buscar alianzas estratégicas con empresas similares.
- Participar activamente en la realización de planes de acción, de mercadeo y de mejoramiento continuo.

Líder del proceso:


- Alisson Layjani Orozco Varela (directora general en el área administrativa)

Contactos:

- E-mail: eusyaniacardenas10@gmail.com
- Cel: 82352414



Propuesta de emprendimiento turístico: Servicio de audio guiado en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, Ciudad de Granada, octubre - diciembre de 2022

<p>Nombre: Adonis Silva Velázquez</p> 	<p>Habilidades Principales:</p> <ul style="list-style-type: none">- Adaptación-Organizado-Comunicativo-Convencimiento de negociación	<p>Proceso que lidera o del cual es parte:</p> <ul style="list-style-type: none">-Responsable financiero	<p>Responsabilidades principales del proceso:</p> <ul style="list-style-type: none">-Brindar información actualizada de la situación contable y financiera de la Empresa.-Ordenar las operaciones de la empresa-cooperar con otros departamentos
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">-Digitalizar la información-Ordenar las operaciones de la empresa-Establecer procedimiento de información financiera	<p>Actividades Principales:</p> <ul style="list-style-type: none">-Administrar el flujo de efectivo-Elaboración de Estados financieros-Relación de auditorías internas-Proyecciones y variaciones contables-Transacciones contables-Asesoría	<p>Líder del proceso:</p> <ul style="list-style-type: none">-Alisson Layjani Orozco Varela (Directora general en el área administrativa)	<p>Contactos:</p> <p>E-mail: adonis041296silva@gmail.com Cel: 88354557</p>



4.3.3 Matriz de Presupuesto

Permite que cada gestor de paquete tenga una visión más amplia y estratégica de cómo se utiliza el dinero del proyecto "Audio Tour" se ha generado en las ventas y ganancias del servicio y por lo tanto de cómo cada gasto puede ser mejor administrado para favorecer las finanzas de este emprendimiento y así seguir en el proceso del alquiler del dispositivo.

Los costos iniciales previstos para el funcionamiento de este emprendimiento se detallan en la siguiente tabla:

Concepto	Unidad	Costo unitario	Costo mensual
Costos fijos			
Alquiler de la oficina	1	4,000	4,000
Prestación de voz	1	3600	3600
Compra de Reproductores	25	720	18,000
Compra de Auriculares	25	180	4500
Compra de memoria SD	25	250	6250
Videomarketing	1	1,837	1,837
Anuncios en redes sociales	3	3,675	11,025
Pago de salario al personal	3	9,000	27,000
Total, de costos fijos			76,212
Costos variables			
Reposición de Reproductores	5	720	3,600
Reposición de Auriculares	5	180	900
Reposición de memoria SD	5	250	1,250
Reposición de cargador	5	200	1,000
Total, de costos variables			6,750
Costos totales			82,962

Flujo de caja

1. Detalle de ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas	45,000	30,500	32,800	33,500	30,000	30,100	35,950	35,000	35,100	30,785	35,847	36,000
Cobro de ventas de activo	20,000	7550	9450	12,000	9620	9500	15,600	18,400	10,000	9450	8500	6450
Comisiones de ventas	28,000	10,500	20,000	20,500	10,000	16,000	20,500	12,500	16,600	19,000	22,500	19,000
1.0 Total de ingresos	93,000	48,550	62,250	66,000	49,620	55,600	72,500	65,900	61,700	59,235	66,847	61,000

2. Detalle de Egresos

Compra de reproductor	18,000		18,000	18,000			18,000	18,000	18,000			
Prestación de voz	3600			3600				3600				3600
Alquiler de la oficina	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Compra de auriculares	4500		4500			4500				4500		4500
Compra de memoria SD	6250			6250				6250			6250	
Video Marketing		1837				1,837			1837			1,837
Anuncios en redes sociales	11,025	11,025	11,025		11,025		11,025		11,025			11,025
Egresos en consumo	47,375	16,862	37,525	31,850	15,025	10,337	33,025	31,850	34,862	8500	10,250	24,962
Reposición de memoria SD	1250					1250						1250
Salario de empleados	27,000	27,000	27,000	27,000	27,000	27,000	27,000	27,000	27,000	27,000	27,000	27,000
Reposición de auriculares	900		900			900			900			900
Reposición de reproductores	3600			3600			3600			3600		3600
Reposición de cargador	1000				1000				1000			
Egresos operativos	33,750	27,000	27,900	30,600	28,000	29,150	30,600	27,000	28,900	30,600	27,000	32,750

2.0 Total de Egresos	81,125	43,862	65,425	62,450	43,025	39,487	63,625	58,850	63,762	39,100	37,250	57,712
-----------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

3.0 Saldo Neto	11,875	4688	-3175	3550	6595	16,113	8875	7050	-2062	20,135	29,597	3288
-----------------------	---------------	-------------	--------------	-------------	-------------	---------------	-------------	-------------	--------------	---------------	---------------	-------------

4.0 Saldo acumulado	11,875	16,563	13,388	16,938	23,533	39,646	48,521	55,571	53,509	74,018	103,615	106,903
----------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	----------------	----------------



4.4 Acciones de marketing para el emprendimiento

Las acciones identificadas para el funcionamiento efectivo de este emprendimiento se detallan a continuación, su finalidad es promocionar el servicio innovador del Reproductor "Audio Tour" en función al presupuesto ya definido, para potenciar el emprendimiento, implementando estrategias de marketing para la publicidad del producto.

Objetivo: Posicionar la marca "Audio-tour" en el mercado turístico nacional e internacional como un servicio innovador y de calidad.

Estrategia	Actividades	Recursos	Responsables	Plazo	Presupuesto	Indicador de seguimiento
E-Marketing	Creación de perfil de redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Twitter)	Humano	Socio de emprendimiento	Largo Plazo	Incluido en el acceso al Internet	-Número de seguidores -Interacción en las redes
	Videomarketing	Humano Económico	Gerente general / área administrativa	Corto Plazo	50\$	-Videos Promocionales online -Uso de un video audio visual -Pago por clic
	Anuncios en Redes Sociales	Humano Económico	Gerente general / área administrativa	Corto plazo	100 \$	-Cantidad de nuevos clientes -Números de vista -Anuncios pagados en YouTube, Facebook e Instagram
Posicionamiento de marca	Diseño de marca Diseño de logo	Humano	Gerente general / área administrativa	Corto plazo	-	Marca y manual de marca diseñado Utilización de marca en publicidad del emprendimiento



a. Creación de Perfil en Redes Sociales

"Audio Tour" contará con una serie de perfiles en redes sociales como Facebook, Instagram, twitter y tiktok, esto permite la interacción y el acercamiento a los posibles usuarios, además de crear un canal de comunicación directo y dar a conocer los servicios que ofrece el recorrido auto guiado en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco

b. Videomarketing

A través de este medio se brinda un video publicitario que se enfoca en el servicio de recorrido audio guiado, con esto se pretende lograr atraer el interés de los usuarios para lograr nuevas vías de comunicación y así obtener más vistas para dar a conocer este servicio innovador.

c. Anuncios en Redes Sociales

El servicio de emprendimiento "Audio Tour" muestra anuncios publicitarios en las redes sociales en los diferentes formatos y espacios digitales, la mayoría de las personas están interactuando en estas plataformas y eso beneficia a la innovación ya que la marca está siendo reconocida.

d. Diseño de marca

Este logotipo se diseñó por medio de la herramienta Canva y representa la marca de este emprendimiento que tiene por nombre "Audio Tour" consiste en realizar un recorrido autoguiado por medio de un reproductor que brindará información amplia sobre el Centro Cultural Museos Convento San Francisco.



Frase: Viajar es una motivación que anhela el alma y el corazón que te hace trascender a épocas antiguas, con Audio Tour podrás lograrlo sin tener que salir de la sala de un museo, Audio tour tu mejor opción.



V. Conclusiones

El turismo en Nicaragua se ha convertido en una de las actividades más importante que ha trascendido en la actualidad y ha evolucionado para el desarrollo del país, con una oferta turística más amplia, desde un punto de vista cultural que permite apreciar la historia, tradiciones, artesanías, entre otros.

Uno de los sitios turísticos de mayor interés es la ciudad de Granada, caracterizada por la variedad de actividades que en ella se pueden desarrollar. Entre la oferta turística de mayor interés en Granada, se encuentra el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, uno de los sitios de mayor importancia histórica, cultural y turística.

Con la aplicación de la metodología CANVA a este emprendimiento, se logró identificar la oferta, clientes potenciales y recursos esenciales para el funcionamiento del emprendimiento propuesto en este documento.

Se cuenta con una matriz de recursos, fuente de ingresos que es indispensable para esté proyecto y la estructura de costo que dará una visión amplia sobre las ganancias del emprendimiento "Audio Tour"

Con el diseño de marketing se logrará posicionar la marca en el mercado turístico nacional e internacional, que consiste en brindar un servicio de alquiler para potenciar el emprendimiento por medio de estrategias de marketing para la publicidad de Audio Tour.

Se considera que la presente propuesta da respuesta a las necesidades actuales del turismo en el principalmente en la ciudad de Granada y en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, además de ellos integra en la propuesta de solución la aplicación del turismo creativo y el análisis de su pertinencia desde lo orientado en los ODS y el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza. .



***Propuesta de emprendimiento turístico: Servicio de audio guiado en el Centro Cultural
Museos Convento San Francisco, Ciudad de Granada, octubre - diciembre de 2022***

Se espera que esta propuesta contribuya a establecer un servicio de calidad en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco y solventar la carencia de guías turísticas y guías locales, en el sitio.

Esta propuesta resalta la necesidad de aprovechamiento de los recursos culturales que poseen las ciudades, fomentando el desarrollo de la actividad turística a nivel nacional.



VI. Bibliografía

- Blog IMF.* (s.f.). Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/funciones-director-general-empresa/>
- Naciones Unidas. (22 de mayo de 2022). Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- PNLCP. (s.f.). Obtenido de <https://www.pndh.gob.ni/index.shtml>
- Reyes, P. (25 de septiembre de 2022). Obtenido de <https://cemerri.org/art/a-patrimonio-cultural-turismo-internacional-ev>
- ROME, I. T. (s.f.). Obtenido de <https://www.museumsrome.com/es/museos-vaticanos-y-capilla-sixtina/museos-vaticanos-audio-guia-entradas-salta-cola>
- Speybrouck , B. (s.f.). Obtenido de <https://www.efficacy.com/es/gerente-de-ventas/>
- V. A. (21 de mayo de 2010). Obtenido de https://www-diariodelviajero-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.diariodelviajero.com/museos/audioguia-tutta-roma/amp?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQKKAFAQrABIIACAw%3D%3D#aoh=16671344763450&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=De%20%251%24s&share
- Vianica. (s.f.). Obtenido de <https://vianica.com/sp/attractivo/37/centro-cultural-convento-san-francisco>
- Vianica. (10 de noviembre de 2021). Obtenido de <https://vianica.com/sp/nicaragua/granada>



VII. Anexos

Anexo 1. Resultados de las encuestas. Primera fase del proceso creativo.



Cuestionario de ideas de Emprendimiento Turístico

Esta encuesta tiene como propósito dar a conocer el Centro Cultural museos San Francisco, con un recorrido virtual.

Idea 1

Está es la creación de una app de paga que está orientada a darle al turista un recorrido virtual con una serie de información, imágenes, descripción, pinturas, obras, que están relacionadas sobre el Centro cultural, museos San Francisco cuenta con 5 áreas, las cuales se pretende realizar un recorrido virtual que será una experiencia única con interesantes narraciones que brindará al momento de ingresar a cada instalación que posee el sitio, o bien, a la zona que desean visitar, tendrá la facilidad de ser su propio guía, escuchar los eventos históricos, lograr que las personas viajen en otros tiempos sin tener que salir de la sala mediante la ayuda de los audios, que aprendan nuevas cosas.

Idea 2

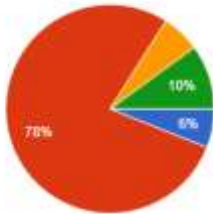
"Audios Tour" es un reproductor de sonido que incluye auriculares, esté aparato será alquilado a los turistas y está orientado a dar un tour audio guiado por las cinco áreas que cuenta el Centro cultural museos San Francisco, con una serie de información amplia, no tendrá la necesidad de un guía local, podrá hacer el recorrido a su ritmo, con paciencia y sobre todo admirar cada detalle que se encuentra en el sitio, también escuchar al guía turístico con facilidad, claridad e incluso en diversos idiomas, tendrán la facilidad de atrasar, adelantar o pausar el audio si así el usuario lo desea.



Propuesta de emprendimiento turístico: Servicio de audio guiado en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, Ciudad de Granada, octubre - diciembre de 2022

Edad

50 respuestas



Edad

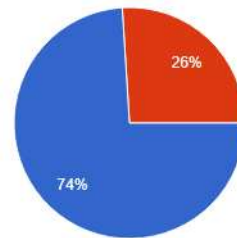
Las edades de los encuestados en el 78% es de 19 a 30 años, luego le sigue el 10% que es de 37 a 46 años y el 6% que son niños entre las edades 10 a 18 años

Genero

El género de los encuestados el 74% es femenino y el 26% es masculino

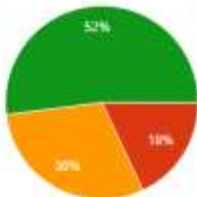
Genero

50 respuestas



Nivel Académico

50 respuestas



Nivel Académico

Los encuestados el 52% son estudiantes universitarios, el 30% son licenciado y el 18% que están en la secundaria.



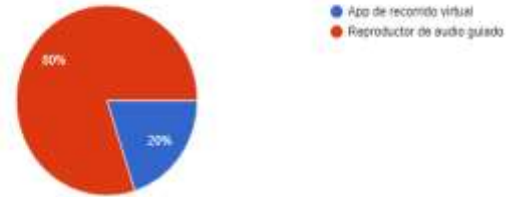
Propuesta de emprendimiento turístico: Servicio de audio guiado en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, Ciudad de Granada, octubre - diciembre de 2022

Es importante una app de recorrido virtual o un reproductor autoguiado

El 80% de los encuestados seleccionaron que sería muy útil e importante un reproductor de recorrido virtual en el Centro cultural San Francisco y el otro 20% opto por la aplicación de recorrido virtual

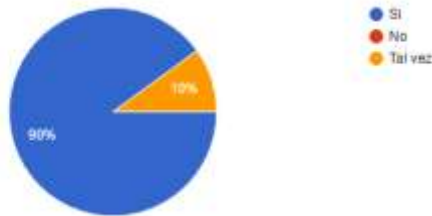
Usted considera importante una app de recorrido virtual o un reproductor audio guiado en el Centro Cultural Museos San Francisco

50 respuestas



Cree usted que un reproductor auto guiado puedan ser apoyo para ofrecer información sobre el museo

50 respuestas



El reproductor audio guiado es apoyo para ofrecer información

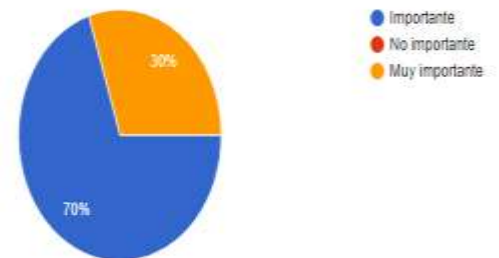
El 90% de los usuarios considera que si es un apoyo fundamental un reproductor audio guiado para brindar información amplia en el sitio y el 10% considera que tal vez seria indispensable.

Es necesario la existencia de una app o un reproductor que brinde un tour

El 70% de los encuestados considera que es importante y necesario la existencia de una de estás app o reproductor ya que esto permite ayudar a conocer sobre la información que cuenta el Centro cultural museos convento San Francisco y el 30% sabe que es importante, transmitir información por medio de uno de estos tour.

Considera importante la existencia de una app o reproductor audio guiado que brinde un tour virtual en el Centro Cultural Museos San Francisco

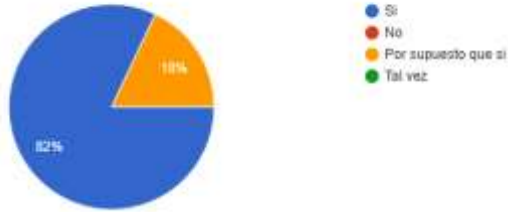
50 respuestas





Se considera necesario saber sobre los museos de Nicaragua

Usted considera que en Nicaragua se necesita saber mas sobre los museos
50 respuestas



82% considera que si se es necesario saber sobre los museos ya que es un lugar de aprendizaje, donde se intercambian culturas y te hace transcender a épocas antiguas y el 18% por supuesto que están de

acuerdo en que se debería de aprender más sobre los museos

.Los usuarios recomiendan visitar el Centro Cultural museos San Francisco

El 98% de los usuarios considera que es muy importante visitar los museos ya que siempre se aprende algo nuevo sobre el arte, naturaleza, historia y cultura del país.

Usted recomendaría visitar el Centro Cultural Museos San Francisco
10 respuestas



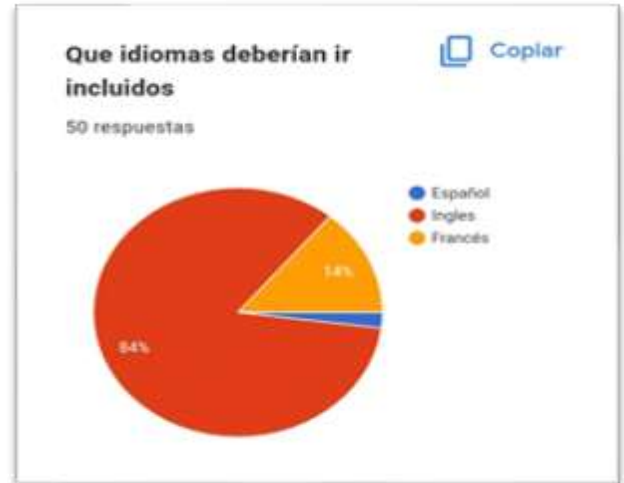
Según los consultados, este producto estaría destinado principalmente a turistas nacionales y extranjeros (76% de los encuestados).

En contraste con los registros oficiales del museo, que expresan que la mayoría de sus visitantes son extranjeros, se prevé un alto aprovechamiento de esta propuesta de emprendimiento.



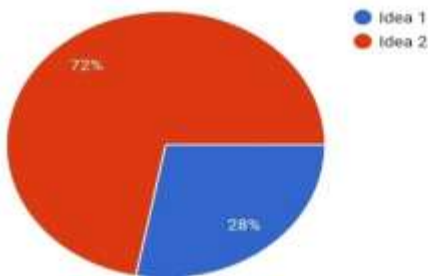
Propuesta de emprendimiento turístico: Servicio de audio guiado en el Centro Cultural Museos Convento San Francisco, Ciudad de Granada, octubre - diciembre de 2022

El 84% seleccionó el idioma inglés porque actualmente vivimos en un mundo globalizado en donde el idioma inglés se ha vuelto imprescindible para el desarrollo de las sociedades modernas, y he aquí la importancia de la Carrera de Lenguas Extranjeras para interpretar y transmitir cualquier tipo de mensaje ya sea oral o escrito.



Que idea considera usted que sea necesaria para el Centro Cultural museos San Francisco

50 respuestas



La idea que seleccionaron los usuarios fue la número dos, esta idea trata de un reproductor "Audio Tour" que brindará un tour en la instalación del Centro cultural museos San Francisco.