

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua**

**(UNAN – Managua)**

**Facultad Regional Multidisciplinaria**

**(FAREM- Estelí)**

**Recinto Universitario Leonel Rugama Rugama.**



**Seminario de Graduación**

**Trabajo de seminario para optar al título de Licenciatura en Turismo Sostenible.**

**Tema:**

**Estrategias de desarrollo agro- turístico, en finca San Carlos comunidad Santa Lastenia, Municipio Jinotega, II semestre 2014.**

**Autoras.**

**Br. Loáisiga Jarquín Crisbell Ocsana.**

**Br. Montenegro Pineda Mayerling.**

**Br. Castillo Ortiz Maria Dolores.**

**Tutora: Msc. Aminta Briones Lazo.**

**Enero, 2015.**

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua**

**(UNAN – Managua)**

**Facultad Regional Multidisciplinaria.**

**(FAREM- Estelí)**

**Recinto Universitario Leonel Rugama Rugama.**



**Seminario de Graduación**

**Trabajo de Seminario de Graduación para optar al título de Licenciatura en Turismos Sostenible.**

**Tema:**

**Estrategias de desarrollo agro- turístico, en finca San Carlos comunidad Santa Lastenia, Municipio Jinotega, en el II semestre 2014.**

## **Agradecimiento**

Finaliza un ciclo importante en nuestras vidas donde fue posible compartir un sinnúmero de experiencias y conocimientos acompañados de personas quienes nos condujeron para culminar esta etapa y a quienes les agradecemos por la ayuda brindada:

Agradecemos a:

- ❖ Dios, creador todo poderoso, quien nos dio sabiduría y fortaleza para llegar a concluir esta etapa importante en nuestras vidas.
- ❖ Nuestros padres quienes son la primordial motivación y quienes brindan apoyo incondicional lo que fue esencial para culminar este logro académico.
- ❖ Docente Msc. Aminta Briones quien compartió sus conocimientos y nos guio para lograr el éxito de la investigación.
- ❖ Propietarios de finca San Carlos y en especial Ivonne De Jesús Castellón y Allan Castellón por su colaboración logística e interés para realizar dicho estudio.

## Valoración de la Docente

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente estudio se realizó en finca San Carlos, la cual se encuentra dentro la Reserva Silvestre Privada San Carlos, ubicada en el departamento de Jinotega kilómetro 150.5 carretera a Matagalpa. Este estudio tiene como principal objetivo elaborar estrategias de desarrollo agro-turístico en finca San Carlos comunidad Santa Lastenia en el II semestre 2014.

Para el proceso de elaboración se utilizó la metodología cualitativa descriptiva, ya que se describen y caracterizan los atractivos identificados en el lugar de estudio; así mismo, la aplicación de instrumentos como (entrevistas), las cuales fueron dirigidas a los propietarios y algunos trabajadores, y guías de observación que facilitaron la recopilación de la información necesaria para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados.

Mediante el proceso de la investigación se verifico que finca San Carlos dispone de los recursos necesarios para desarrollar el agro turismo como una nueva actividad económica y recreativa, puesto que posee el potencial suficiente, para implementar la actividad turística, diversificar la oferta e insertarse en el mercado turístico como uno de los mejores destinos a visitar. Se elaboró un circuito turístico donde se incluyen los diferentes senderos que posee la finca, de igual manera propuestas de actividades a realizar; cabe mencionar, que también se preparó un plan de marketing que permitirá la comercialización y la divulgación del lugar.

## ÍNDICE DE CONTENIDO.

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	ANTECEDENTES.....	2
III.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
3.1.	Preguntas problema.....	4
IV.	JUSTIFICACIÓN .....	5
V.	TEMA.....	6
VI.	OBJETIVOS.....	7
6.1.	General.....	7
6.2.	Específicos.....	7
VII.	MARCO TEÓRICO.....	8
7.1.	Conceptos básicos de turismo.....	8
7.1.1.	Turismo.....	8
7.1.2.	Recurso.....	8
7.1.3.	Recurso turístico.....	8
7.1.4.	Marketing.....	9
7.1.5.	Inventario.....	9
7.1.6.	Circuito turístico.....	9
7.2.	Factores que intervienen en el mercado.....	9
7.2.1.	Demanda.....	9
7.2.2.	Demanda turística.....	9
7.2.3.	Oferta turística.....	10
7.2.4.	Producto turístico.....	10
7.2.5.	Producto agro-turístico.....	11
7.2.6.	Mercado turístico.....	11
7.2.7.	Comunidad local.....	11
7.3.	Tipos de turismo.....	12
7.3.1.	Turismo rural.....	12
7.3.2.	Turismo comunitario.....	13
7.3.3.	Turismo de aventura.....	13
7.3.4.	Agroturismo.....	13
7.3.5.	Ecoturismo.....	14
7.3.6.	Agroturismo y desarrollo rural.....	14

7.5. Caracterización turística de Jinotega.....	17
7.6. Caracterización de finca San Carlos. ....	18
VIII. DISEÑO METODOLÓGICO.....	19
8.1. Área de estudio. ....	19
8.2. Enfoque de la Investigación. ....	19
8.3. Tipo de Investigación.....	19
8.4. Población o universo de estudio.....	19
8.5. Muestra. ....	20
8.6. Técnicas de Recolección de Datos. ....	20
8.7. Instrumentos Aplicados. ....	20
8.9. Matriz de operacionalización de variables.....	21
IX. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	22
9.1. Resultado N° 1 Recursos existentes en finca San Carlos.....	22
9.1.2. Recursos naturales. ....	22
9.1.3. Recursos artificiales.....	23
9.1.4. Biodiversidad de Finca San Carlos. ....	23
9.2. Resultado N° 2, Caracterización de Comunidad Santa Lastenia y Reseña Histórica de Finca San Carlos. ....	24
9.2.1. Comunidad Santa Lastenia.....	24
9.2.2. Finca San Carlos. ....	24
9.2. <i>Resultado N° 3 y 4. Estrategia de desarrollo agro-turístico para finca San Carlos.....</i>	25
9.2.3. Circuito turístico “Entre Brumas, Café y agricultura.....	25
9.3.1.2. Sendero Fruti-Flores. ....	25
9.3.1.3. Sendero la colombina. ....	26
9.3.1.4. Sendero el escondido. ....	26
9.3.1.5. Duración. ....	26
9.3.1.6. Accesibilidad. ....	26
9.3.1.7. Atractivos. ....	27
9.3.1.8. Actividades. ....	27
9.3.1.9. Servicios.....	27
9.3.1.10. Segmentación de mercado.....	27
9.3.1.11. Promoción. ....	28
9.3.1.12. Costos (precios por persona).....	28

9.3.2.1. Itinerario del circuito " <i>entre brumas, café y agricultura.</i> " .....	29
9.3.2.2. Recomendaciones .....	30
9.3. <i>Resultado N° 4. Plan de marketing</i> .....	31
9.3.3. Introducción.....	31
9.3.4. Objetivos.....	31
9.3.5. Resumen ejecutivo .....	32
9.3.6. Análisis FODA.....	34
9.3.7. Situación de la empresa. ....	35
9.3.8. Competencia.....	35
9.3.9. Situación del mercado.....	36
9.3.9.1. Mercados.....	36
9.3.9.2. Situación competitiva.....	36
9.3.9.3. Análisis de distribución.....	39
9.3.10. Objetivos Financieros.....	39
9.3.11. Objetivos de Marketing. ....	39
9.3.12. Estrategias de marketing. ....	39
9.3.12.1. Estrategias para el servicio. ....	39
9.3.12.2. Estrategias de precio.....	40
9.3.12.3. Estrategias para la plaza. ....	40
9.3.12.4. Estrategias para la publicidad. ....	40
9.3.13. Plan de Acción.....	41
X. CONCLUSIONES.....	46
XI. RECOMENDACIONES .....	47
XII. BIBLIOGRAFIA.....	48



## INDICE DE TABLA E ILUSTRACIONES.

Tabla N°1. ....	29
TablaN°2. ....	29
Tabla N°3. ....	34
Tabla N°4. ....	35
Tabla N°5. ....	37
Tabla N°6 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
TablaN°7. ....	41
Ilustración 1. Vista Panorámica Sendero la colombina .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 2. Sendero el escondido .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 3. Cultivo de zanahoria. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 4. Preparación de las tierras para cultivos. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 5. Cultivo de flores. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 6. Yerberas. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 7. Sendero Fruti-flores. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 8. Ojo de agua .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 9. Casa hacienda. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 10. Área de descanso. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 11. Habitaciones. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 12. Área para barbacoas.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 13. Estanque de tilapias.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 14. Casa hacienda. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 15. Cultivo de fresas. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 16. Cultivo de café. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 17. Brochure .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración18.Trajeta de presentación.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>





## I. INTRODUCCIÓN

Nicaragua con extensos lagos, impresionantes volcanes como el Cerro Negro que atrapa a los amantes del deporte extremo, ciudades coloniales repletas de historia, islas para soñar despiertos, hacen del país un destino único. El turismo se presenta en Nicaragua, como un rubro con fuerte capacidad de crecimiento no solo por su efecto multiplicador sino también por su alto potencial para conectar con empresas locales (al llegar los propios clientes al destino) y requerir mano de obra intensiva. Así mismo los recursos naturales y culturales, que son los mayores atractivos para los visitantes suelen ser recursos a la disposición. (Holandés, S, 2007, pág. 5)

El departamento de Jinotega conocido como “La ciudad de las Brumas” montañoso y de clima fresco, en el que se encuentran bosques de pinos y nebliselva, además de extensas fincas agrícolas en las que se destacan las cafetaleras. Jinotega por su extenso territorio posee muchos destinos poco conocidos e inexplorados.

Las fincas agro-turísticas constituyen uno de los principales atractivos de este departamento, sin embargo existen debilidades en la inserción de estas en el mercado turístico como es el caso de finca San Carlos, que aunque posee potencial turístico en la actualidad no se encuentra como un prestador de servicios turístico. Por esta razón surge la realización de esta investigación que tiene como tema: “Estrategias de desarrollo agro- turístico, en finca San Carlos comunidad Santa Lastenia, Municipio Jinotega, Departamento de Jinotega; en el segundo semestre 2014”.

### II. ANTECEDENTES

(Ferrari, 2013) En un principio, el fomento del turismo rural, se basó en la idea de complementar las rentas agrícolas, y permitir el desarrollo local, por lo cual se vinculaba a la participación del turista en la actividad rural (lo que actualmente se denomina Agroturismo), si bien la evolución del producto y la demanda, determinó un camino distinto, más orientado a estancias en el medio, donde el turista disfruta de este sin participar necesariamente en las actividades agrícolas, es decir, estancias en el medio rural.

La finca San Carlos, ubicada en el municipio de Jinotega, cuenta en la actualidad con un documento legal emitido por el Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales MARENA, en el cual certifica a Finca San Carlos, como Reserva Silvestre Privada con la firma y suscripción del convenio de administración de la reserva con sus propietarios. Además cuentan con un plan de manejo de la reserva elaborado con el fin de presentarlo a MARENA, en el cual se refleja el manejo que se le da a la reserva así como también las estrategias que se implementan para la protección de la biodiversidad y la administración adecuada de los recursos naturales. (Castellon R. , 2008)

San Carlos forma parte de la Red de Reservas Silvestres Privadas de Nicaragua, desde el año 2008, cada año presenta un informe a esta organización encargada de llevar el control y evaluación de la reserva, con la autorización del Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales.

(Diaz M. , 2012), y sus colaboradores en el 2012, realizaron una propuesta estratégica de desarrollo en turismo rural y comunitario para la reserva, la cual permitió a sus propietarios tener una proyección para el mejoramiento, promoción e inserción de la misma en la industria turística. A pesar la importancia de esta propuesta, y la falta de conocimiento de sus propietarios, no se ha podido llevar a cabo el seguimiento de dicha iniciativa turística.

### III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo rural tiene la integralidad, la sostenibilidad, la endogeniedad, la coordinación entre agentes, la segmentación de la demanda, y la especialización productiva, sus ejes motrices. Muchos de estos; sostenibilidad, rentabilidad social, y económico, cálida o el refuerzo de la identidad y generación de productos turísticos; aparecen recogidos como ejes directores de la planificación turística. (Cebrian, 2008)

Finca San Carlos, es considerada como una reserva silvestre privada, certificada por el Ministerio del Ambiente y Recursos Naturales, la cual esta enriquecida por bellezas paisajísticas con las que ofrece al turista un ambiente agradable y acogedor. Durante las visitas y la familiarización que se pudo establecer con los propietarios y parte del personal que labora en dicha finca, se encontró, que el principal problema que tiene el destino es la poca diversificación de actividades agro-turísticas, que le permitan brindar nuevas alternativas de desarrollo dentro del turismo rural comunitario, así mismo la falta de capacitación del personal, es una limitante al momento de dirigir sus servicios a sus posibles visitantes.

### 3.1. Preguntas problema.

- ❖ ¿Qué recursos posee la finca para desarrollar la actividad turística?
- ❖ ¿En qué estado se encuentran los recursos turísticos para ofertarlos como atractivos dentro de la finca?
- ❖ ¿Cuál es la importancia de crear un circuito para el desarrollo de la actividad turística dentro de finca San Carlos?
- ❖ ¿Es necesario crear un plan de marketing para promocionar y comercializar el destino?

### IV. JUSTIFICACIÓN

El siguiente documento, tiene como propósito, presentar estrategias de desarrollo agro-turístico para finca San Carlos, destinada a describir los recursos y atractivos naturales que posee, y brindar nuevas opciones de confort a turistas nacionales y extranjeros. De igual manera ser un generador de empleos directos para los habitantes de la comunidad Santa Lastenia y aportar al desarrollo de la economía local.

Finca San Carlos es un lugar privilegiado por su excelente posición geográfica, ya que está ubicado en el km 150.5 carretera a Matagalpa, a cercanías de la ciudad de Jinotega, cuenta con un clima agradable propio de la ciudad de las brumas, rodeado por numerosas montañas cubiertas de plantaciones de café, frutos como la mora, fresa, durazno, algunas hortalizas y otros atributos que hacen de este, un destino novedoso a visitar en la zona norte de Nicaragua.

La elaboración de un circuito, un plan de Marketing y la valoración económica y humana mediante el análisis FODA permite analizar la situación de la empresa, sus fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas para un mejor desempeño de la misma, a través de las cuales sus propietarios podrán complementar la oferta y demanda de servicios turísticos, así como promoción y comercialización del destino, en pro del desarrollo local, con nuevas estrategias y actividades recreativas para turistas nacionales y extranjeros, que deseen disfrutar y estar en contacto directo con la naturaleza.



## **V. TEMA**

Estrategias de desarrollo agro-turístico en finca San Carlos, comunidad Santa Lastenia Municipio Jinotega, II semestre 2014.

## VI. OBJETIVOS.

### 6.1. General.

- ❖ Diseñar estrategias de desarrollo agro-turístico para el aprovechamiento de los recursos existentes en finca San Carlos.

### 6.2. Específicos.

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

## VII. MARCO TEÓRICO

Como componentes del marco teórico, se mencionan las características de la zona donde se sitúa el área de investigación, de igual manera, se tomó en cuenta conceptos relacionadas con el turismo rural comunitario. Por otra parte se mencionan definiciones de los recursos y atractivos existentes en la finca San Carlos, los cuales son de mucha importancia para impulsar el desarrollo del turismo rural comunitario por medio de la diversificación de servicios y actividades de carácter agro-turístico que en la propuesta se plantean.

### 7.1. Conceptos básicos de turismo.

#### 7.1.1. Turismo.

Es considerado como la forma de expansión económica, social, cultural, política y psicológica de las sociedades que genera excedentes y que ha potenciado el desarrollo de las comunicaciones, y los desplazamientos humanos y con ello ha facilitado la ocupación de los espacios de ocio y descanso de los grupos sociales. (Riveros H, Blanco M., 2003).

#### 7.1.2. Recurso.

Se define como recurso, cualquier elemento que sirve para incorporarse a un proceso productivo, pueden ser recursos naturales, financieros, y humanos; también es considerado, una fuente o suministro del cual se produce un beneficio. Los recursos son material u otros activos que son transformados para producir beneficio y en el proceso pueden ser consumidos o no estar más disponibles. (Tórrez , Secall & Garcia, 2006, pág. 31).

#### 7.1.3. Recurso turístico.

El termino recurso turístico hace referencia a cualquier elemento, material o inmaterial, vinculado a la naturaleza o cultura de un territorio socialmente organizado, que, por sí mismo o mediante su transformación es capaz de atraer temporalmente a personas de otros lugares, convirtiéndose de este modo dicho espacio en un destino turístico. (Tórrez , Secall & Garcia, 2006, pág. 31).

### **7.1.4. Marketing.**

Marketing se define como el conjunto de herramientas de análisis, de métodos de previsión y de estudios de mercados con el fin de desarrollar un enfoque proyectivo de las necesidades de la demanda. El marketing ha sido presentado como un sistema de pensamiento que debe estar presente en todas las actividades de la empresa independientemente del sector, tamaño, o la actividad que desarrolle. (Quintana, 2005, pág. 15).

### **7.1.5. Inventario.**

Es un recurso almacenado al que se recurre para satisfacer una necesidad actual o futura. Tiene como finalidad que las operaciones continúen sin que se produzcan parones por falta de productos materia prima. (Pérez, 2006, pág. 1).

### **7.1.6. Circuito turístico.**

Se entiende por circuito turístico, al recorrido que se origina y finaliza en el mismo lugar, transitando por varios puntos de interés, los cuales se visitan una sola vez durante el recorrido. (Quesada, 2000, pág. 265).

## **7.2. Factores que intervienen en el mercado.**

### **7.2.1. Demanda.**

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

### **7.2.2. Demanda turística.**

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

### **7.2.3. Oferta turística.**

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

#### ***Oferta turística básica.***

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

#### ***Oferta turística complementaria.***

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

### **7.2.4. Producto turístico.**

El producto turístico, está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, los cuales son ofertados por diferentes actores en donde el turista, evalúa los componentes de un solo producto. (Riveros.H., 2003, pág. 19). Por otra parte, puede entenderse como el conjunto de bienes y servicios que son objeto de transición comercial dentro del sistema de actividades turísticas, con la finalidad de atender los deseos y necesidades de los turistas. (Tórrez , Secall & Garcia, 2006, pág. 44).

### **7.2.5. Producto agro-turístico.**

El producto agro-turístico, está conformado por su oferta de alojamiento , incluida casas de habitaciones de los pobladores rurales , cabañas , sitios para acampar , hostales , hoteles ; su oferta de comida , incluida comida en casas de pobladores de la zona , restaurantes, mesones, su posibilidad de participar en tareas de manejo de ganado , ordeño, cría de animales , preparación de terrenos, siembra, colecta, clasificación, empaque y transformación de productos silvoagropecuarios; posibilidad de transitar por senderos , caminos y de conocer zoo criaderos, jardines botánicos , ríos , cataratas , cuevas y de participar en ferias y de manifestaciones culturales locales. (Riveros.H., 2003, pág. 19).

### **7.2.6. Mercado turístico.**

Es la zona donde confluyen, la oferta de productos y servicios turísticos, así como la demanda de los mismos productos y servicios turísticos. Una de las características del mercado turístico es que el producto turístico debe ser consumido necesariamente en el lugar donde es producido; por consiguiente es necesario articular eficazmente la emisión y la recepción de los flujos turísticos. La promoción mantiene la vivacidad del producto turístico, mientras que la comercialización canaliza las motivaciones de la demanda hacia una relación netamente mercantil o lucrativa. (Valdés.L., pág. 246).

### **7.2.7. Comunidad local.**

La comunidad local puede definirse como todas aquellas personas que residen dentro del destino; la implicación de la comunidad en la planificación del turismo son fundamentales con el fin de minimizar los impactos sociales negativos, buscar mayor consenso, eliminar los efectos de distanciamiento entre turistas y los residentes, asegurar un ciclo de vida de un producto sostenible y proveer retroalimentación. (Bigne, E., 2000, pág. 166).

### 7.3. Tipos de turismo.

#### 7.3.1. Turismo rural.

El turismo en espacios rurales, es un concepto amplio que se refiere a las diferentes actividades de esparcimiento que se pueden realizar en el medio rural y que incluye modalidades tales como: turismo rural, turismo ecológico, agroturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo de negocio, turismo joven, turismo social, turismo de salud, y turismo deportivo.

Esas actividades antes poco valorizadas, han pasado a integrar verdaderas cadenas productivas involucrando fincas, agroindustrias, transportes, restaurantes, comunicadores, entre otras actividades, constituyéndose en un agente impulsor del crecimiento, principalmente de actividades agrícolas en zona rural. (Riveros.H., 2003, pág. 9)

Veraldi (2000) señala dos características del turismo en el espacio rural que agregan elementos a la presentación de esta actividad como una estrategia de desarrollo. La primera tiene relación con el potencial turístico del medio rural, asociados a que este no exige que la región tenga atractivos extraordinarios, sino que posea aspectos culturales bien desarrollados; una arquitectura apreciable, una gastronomía característica, que la población conserve sus hábitos y costumbres, tornando la zona interesante como un todo. La segunda tiene que ver con la posibilidad de crear eslabonamientos con otras actividades tales como la elaboración de alimentos caseros, los restaurantes de comidas típicas, la artesanía, paseos en carreta o acaballo, senderos para caminatas entre otros. (Riveros.H., 2003, pág. 11).

### **7.3.2. Turismo comunitario.**

El turismo comunitario tiene como misión contribuir al desarrollo local mediante el fortalecimiento de la gestión comunitaria del turismo de pueblos originarios y pueblos campesinas, sustentada en principios de reciprocidad, participación, valoración del patrimonio natural y cultural, garantizando el respeto a los territorios y la identidad. (Román.F., 2006, pág. 30)

### **7.3.3. Turismo de aventura.**

El turismo de aventura implica una actividad para el turista, es decir, implica que los turistas pasen espectadores a protagonistas de una actividad que fusiona deporte y paisaje en un solo concepto. Es decir, hay un esfuerzo físico importante, en mayor o menor grado, que dependerá de la actividad elegida por el turista y por supuesto de la forma física en que se encuentra el mismo. (Ruiz.S., 2006, pág. 386).

### **7.3.4. Agroturismo.**

El agroturismo, es una actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de los cultivos, cosechas y el procesamiento de productos agropecuarios. Permiten al visitante la posibilidad de permanecer, por uno o varios días en fincas donde no solo se descansa en el paisaje rural, sino que se involucra con la forma de vida del productor y su familia; por otra parte , el agroturismo se constituye en una opción de diversificación de las actividades agrícolas y agroindustriales, con lo cual se benefician no solo los propietarios de estos emprendimientos sino también los habitantes locales, ya que por este medio tienen nuevas fuentes de empleos e ingresos y los argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales en los que han nacido y se han criado. (Riveros.H., 2003, pág. 11).



El agroturismo es considerado como parte del turismo rural y existen grandes retos para aprovechar su potencial: mejora en la descripción presentación de la oferta, diferenciación frente a otras posibilidades de turismo similar, formación de personal en atención al turista, desarrollo de operadores turísticos locales capaces de identificar prácticas agrícolas y de procesamientos interesantes para los visitantes y de presentarlos de forma atractiva. (Riveros.H., 2003, pág. 11).

### **7.3.5. Ecoturismo.**

Modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar y estudiar los atractivos naturales (paisajes, flora y fauna silvestre) de dicha área, así como cualquier manifestación cultural del presente y del pasado que pueden encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación; tiene un bajo impacto ambiental, cultural, y propicia un involucramiento activo y socioeconómico benéfico de las poblaciones locales. (Bulla.H, 2013, pág. 4)

### **7.3.6. Agroturismo y desarrollo rural.**

El turismo rural en sus diferentes manifestaciones muestra potencialidades como medio para contribuir al desarrollo y el bien estar de las comunidades rurales, el agroturismo, permite en la práctica visualizar, entender y valorizar la importancia de la consideración de algunos de los elementos conceptuales y metodológicos que se incluyen dentro de los enfoques actuales del desarrollo rural.

El agroturismo es una actividad que aporta a la revalorización del concepto de territorio y de su importancia como eje alrededor del cual se pueden generar aproximaciones de análisis, elaboración de propuestas de intervención y la puesta en marcha de acciones colectivas. Este enfoque como eje de las iniciativas de desarrollo rural crea un ámbito en las que las actividades del agroturismo, la agroindustria rural y muchas más se articulan de manera armónica e integral dentro de espacio específico en el que se reúnen actores en distintas modalidades y con diversos objetivos, dentro de un marco normativo y social que regula sus relaciones.

## Estrategias de desarrollo agro-turístico en Finca San Carlos

---

Con ello se privilegia una concepción multidimensional, en lo que lo ambiental lo económico, social y político institucional interactúan en un espacio histórico y cultural. (Riveros.H., 2003, pág. 12)

### 7.4. Caracterización del municipio de Jinotega.



El departamento de Jinotega, fue fundado el 15 de octubre de 1891, el municipio se localiza sobre las coordenadas 13 05 de latitud norte y 86 00 de longitud oeste, cuenta con una extensión territorial de 1,119 km cuadrados, tiene una población total 77,222 habitantes. Limita al norte con el municipio de Santa María de Pantasma, al sur con los municipios de Matagalpa y Sebaco, al este con los municipios de Cua Bocay y Tuma la Dalia, al oeste con el municipio de la Trinidad y San Rafael del Norte.

La mayor parte del Municipio en la zona noreste, es apta para uso forestal, con maderas duras tropicales, o masas mixtas, predominando las coníferas. La zona Suroeste es apta para uso extensivo de cultivos permanentes de acuerdo al clima (Cultivos perennes intensivos como el café, cítricos, frutales y cultivos anuales intensivos como maíz y frijoles), también se incluyen praderas para pastoreo moderado. La población en su gran mayoría está dedicada a la actividad agropecuaria y al cultivo del café, frijoles, maíz y hortalizas.

### **7.5. Caracterización turística de Jinotega.**

El departamento norteño de Jinotega es uno de los más extensos del país y posee diversos atractivos naturales de gran importancia, además de ciudades de ambiente tranquilo, pueblos campesinos y remotas comunidades indígenas autóctonas. En su territorio montañoso se alternan macizos húmedos, largos valles y algunas mesetas de clima fresco pero seco. Importantes reservas naturales, dos lagos y caudalosos ríos están presentes en esta región caracterizada, también, por la producción de excelente café y hortalizas, además de bellas vistas panorámicas. Ubicada en el extremo Sur y rodeado por altas montañas, la ciudad de Jinotega es el centro administrativo regional y un importante destino con diversos atractivos cercanos. El casco urbano es bastante apacible y cuenta con locales de servicios turísticos. Además de las fincas cafetaleras de los alrededores, un sitio de interés resulta ser la reserva natural Datanlí-El Diablo. Muy cerca está también el amplio Lago de Apanás, y el poco conocido Lago El Dorado.

En la misma zona se encuentran tres vecinas regiones de interés. Una es la pequeña ciudad de montaña de San Rafael del Norte, en cuyo centro hay un bonito museo sobre el héroe nacional Augusto C. Sandino; cerca está también la reserva natural El Jaguar. Otra es La Concordia, cuyo apacible casco urbano posee en los alrededores unas cascadas y cuevas. La tercera es Yalí, donde también hay cerros y cascadas, además de la reserva Volcán Yalí.

Dominando el margen Sur del departamento y extendida hasta su límite con la RAAN está una interesante zona en la que se asientan los pueblos campesinos de El Cuá y San José de Bocay, en las márgenes de la Cordillera Isabelia. Hacia el Este se llega a la reserva Macizo de Peñas Blancas -con bosques de nebliselva, la cual constituye el inicio de la extensa Reserva de Biósfera Bosawás, compartida con la vecina RAAN.

El río Coco recorre el extremo Norte de esta región y en sus riberas hay comunidades inexploradas. Unas últimas zonas a mencionar son el Valle de Pantasma con sus ríos de buen caudal y fincas cafetaleras, además del pueblo de Wiwilí a orillas del río Coco, el remoto Wamblán y sus próximas comunidades miskitas. (INIFOM, 2014). Indígenas de las etnias Miskita y Mayangnas o Sumus. Como departamento, Jinotega está compuesto por 7 municipios en los que, además de lo ya mencionado, se ubican tantos otros atractivos poco conocidos o totalmente

### **7.6. Caracterización de finca San Carlos.**

La Reserva silvestre privada San Carlos, está ubicada a 8km del municipio de Jinotega en la comarca santa Lastenia en el km 150.5 carretera Jinotega-Matagalpa. Finca San Carlos, fue declarada reserva silvestre privada, por el ministerio del ambiente y recursos naturales (MARENA) en abril del año 2005. Se encuentra entre los 1,400 y 1,600 msnm con precipitación pluvial de 1600 y 2000mm anual, cuenta un clima que oscila entre 18 y 20 grados centígrados, cuenta con un total de 124,344 hectáreas. Limita: al norte: con propiedad de Carlos Zeledón, al sur: con Finca Francellina, al este: propiedad de Roberto Rivas, al oeste: propiedad de Felipe centeno. (Díaz, 2012).

En el año 2005, el ministerio del Ambiente y Recursos Naturales (MARENA) otorgo la categoría de Reserva Silvestre Privada la propiedad de los hermanos Castellón, en base a criterios de potencial natural para la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas propios de dicho territorio, así mismo se reconoció la responsabilidad en la administración, que se realiza conforme a las normas y procedimientos establecidos por MARENA.

### **VIII. DISEÑO METODOLÓGICO.**

#### **8.1. Área de estudio.**

Finca San Carlos, Ubicada en el km 150.5, carretera Matagalpa-Jinotega; con una elevación que está entre los 1400 y 1600 msnm, posee suelos arcillosos rojizos, su clima es de sub sabana tropical sub húmedo, su temperatura, oscila entre los 18 y 20 grados centígrados, con precipitaciones de 1600 y 1200 mm anuales.

#### **8.2. Enfoque de la Investigación.**

La investigación que se está realizando es cualitativa según su enfoque filosófico, ya que la recolección de los datos, ha sido obtenida mediante guías de observación que han permitido conocer cada uno de los recursos con los que se cuenta en el área; así mismo la aplicación de entrevistas dirigidas a los propietarios y trabajadores los cuales facilitaron información de gran relevancia para la investigación como lo es su reseña histórica, el funcionamiento de la finca, y sobre todo el vínculo que pretenden establecer con el turismo.

El estudio está orientado a la línea de investigación N° 6: Turismo Sostenible, del Departamento de Ciencia, Salud y Tecnología, la cual tiene como objetivo, mejorar la competitividad de las empresas y promover el de desarrollo local.

#### **8.3. Tipo de Investigación.**

El estudio de investigación según su nivel de profundidad es exploratorio, ya que el área de estudio ha sido poco intervenida por investigaciones científicas y es por dicha razón, que existen pocos antecedentes que permitan conocer la calidad y cantidad los recursos naturales con los que cuenta la zona.

#### **8.4. Población o universo de estudio.**

La población dentro de la investigación de estudio la constituyen todos las y los trabajadores, así mismo los propietarios de Finca San Carlos, siendo una totalidad de 50 personas, de los cuales seleccionaremos la muestra de estudio, tomando a los individuos con mayor experiencia, para obtener información fundamental, ya que ellos conocen muy bien el funcionamiento diario.

### **8.5. Muestra.**

Está formada por siete individuos, dos propietarios, uno de ellos su administrador, y cinco trabajadores de finca San Carlos, los cuales fueron escogidos de manera directa, tomando en cuenta su grado de experiencia y antigüedad laboral, quienes colaboraron para realizar las entrevistas, para obtener la información.

### **8.6. Técnicas de Recolección de Datos.**

Las técnicas utilizadas para la recolección de información, fueron en primer lugar las visitas, que facilitaron la familiarización con el destino, la observación, toma de anotaciones, toma de fotografías para reforzar información, la aplicación de entrevistas, dirigidas a los propietarios de la finca.

### **8.7. Instrumentos Aplicados.**

- ❖ Guía de observación.
- ❖ Entrevista.

### 8.9. Matriz de operacionalización de variables.

<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas</b>	<b>instrumento</b>
Diseñar estrategias de desarrollo agro-turístico para el aprovechamiento de los recursos que existen en finca San Carlos	Identificar los recursos existentes en la finca San Carlos.	Potencial turístico	Buen estado Mal estado Cantidad de sitios	Entrevista	Entrevista
	Caracterizar los atractivos de finca San Carlos.	Sitios para desarrollar actividades turísticas	Cantidad de recursos con potencial	Entrevista Observación	Entrevista Guía de observación
	Elaborar propuesta de circuito turístico para los senderos existentes dentro de la finca San Carlos	Actividades agro turísticas	Actividades propuestas	Entrevista	Entrevista
	Diseñar un plan de marketing para la promoción y comercialización del destino.	Mercado turístico.	Oferta y demanda.	Entrevistas	Entrevistas.



### **IX. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

El acápite que se muestra a continuación describe los recursos y atractivos más importantes de finca San Carlos, los cuales serán utilizados al momento de diversificar su oferta dentro de la industria turística, que serán en su mayoría dirigidos a satisfacer las necesidades de sus visitantes.

#### **9.1. Resultado N° 1 Recursos existentes en finca San Carlos.**

Finca San Carlos posee una variedad de recursos naturales, entre ellos flora, fauna, la cual en su mayoría se aloja en el bosque húmedo de altura, presenta un alto valor desde el punto de paisajístico, por su variada topografía, clima agradable, suelos aptos para cultivos, los cuales permiten que finca San Carlos pueda ser convertida en un destino turístico en la zona norte de Nicaragua.

##### **9.1.2. Recursos naturales.**

###### **9.1.2.1. Flora.**

Cuenta con gran variedad de flora, predominando especies de gran altura, ceiba centenaria, variedades arbustivas, cultivos de flores como margaritas, rosas de múltiples colores, árboles frutales entre otros.

###### **9.1.2.2. Paisaje.**

Predomina el paisaje natural, debido a las características topográficas es posible en algunos puntos altos apreciar en su plenitud el paisaje extrínseco, que la circunda destacando la panorámica de las ciudades de Jinotega y Matagalpa.

###### **9.1.2.3. Ojos de agua.**

Dentro de la finca se ubican varios ojos de agua, los cuales sirven de fuente para los árboles que lo protegen, estos recursos, aunque no son muy profundos ni extensos son visitados por especies de fauna para calmar su sed; y así mismo algunos de estos sirven para el consumo humano.

### **9.1.3. Recursos artificiales.**

#### **9.1.3.1. Casa Hacienda.**

La casa hacienda, cuenta con un espacio propio para brindar servicios de hospedaje, con tres habitaciones dobles bien equipadas (Baños, sala de estar, cocina) con capacidad para seis personas aproximadamente. De igual manera cuenta con un comedor donde se sirven Alimentos y bebidas a los visitantes. Cabe mencionar que hoy en día se están construyendo dos habitaciones con el fin de brindar un mejor servicio a sus potenciales clientes de alojamiento.

#### **9.1.3.2. Senderos.**

En San Carlos existen cuatro senderos; el primero conocido como el sendero de la montaña ubicado en el bosque húmedo de altura; se observan árboles de maderas preciosas. El segundo sendero llamado la estancia: en este se encuentra los invernaderos de flores en los que se cultivan especies (azucena, rosas, claveles, entre otros). El tercer sendero el Jacinto en este se realizan caminatas por los cafetales. El cuarto sendero llamado detrás de la casa hacienda donde predominan el bosque y los cultivos tradicionales (mora, fresa, durazno, y algunas hortalizas).

#### **9.1.3.3. Estanque de tilapia.**

Laguna artificial, destinada para la crianza de tilapia para la pesca deportiva, venta y consumo de las mismas.

#### **9.1.3.4. Represa.**

Destinada para la captación de agua que sirve como un atractivo para aquellos que desean practicar la natación.

### **9.1.4. Biodiversidad de Finca San Carlos.**

Finca San Carlos por encontrarse dentro de una Reserva Silvestre Privada, posee gran variedad de especies de flora y fauna, así como cultivos (hortalizas), y flores que la convierten en un destino a visitar en la zona norte de Nicaragua, con los recursos necesarios para ofertar servicios y actividades turísticas en los que se pueda establecer estrategias de desarrollo que estén en armonía con el medio ambiente y que permitan la protección y conservación de los ecosistemas existentes en la finca.

### **9.2. Resultado N° 2, Caracterización de Comunidad Santa Lastenia y Reseña Histórica de Finca San Carlos.**

#### **9.2.1. Comunidad Santa Lastenia.**

En esta comunidad, se encuentran diversas fincas que cuentan con buena infraestructura y que se destacan por su alta productividad, entre las fincas más importantes están: finca San Rafael Arcángel, finca San Carlos, finca Santa Elena, Santa Inés y finca Francellina. La comunidad Santa Lastenia es totalmente accesible, ya que sus caminos se encuentran en buen estado durante todo el año para el tránsito de las personas y transporte en general.

Santa Lastenia, cuenta con energía eléctrica, agua potable, servicios sanitarios (letrinas, inodoros), redes telefónicas de claro y movistar, una escuela de primaria, un centro de salud que beneficia a las comunidades aledañas; así mismo existen pequeños establecimientos a orillas de la carretera tales como; pulperías, venta de flores, productos lácteos y hortalizas.

#### **9.2.2. Finca San Carlos.**

Finca San Carlos, es una propiedad que ha estado en poder de la familia Castellón, ha pasado de generación en generación desde hace más de setenta años atrás, su nombre fue establecido en honor al señor Rafael Castellón padre de los hermanos Castellón.

La Casa hacienda, que se ubica dentro de finca San Carlos, fue construida con el fin de ser utilizada como beneficio de café y demás labores productivas relacionadas con la finca. Cabe mencionar que al pasar el tiempo sus propietarios han decidido mejorar las infraestructuras de sus instalaciones, para incursionar dentro del mercado turístico y brindar nuevas oportunidades de recreación e involucramiento de los y las pobladores de dicha comunidad.

Desde sus inicios, se ha caracterizado por su alta producción de café, el cultivo de mora, fresas, algunas hortalizas y cultivo de flores, el cual se comercializa en los alrededores de Jinotega y mercados nacionales. Cuenta con un privilegiado potencial turístico, que les permite brindar nuevas alternativas para el turismo rural comunitario, debido al buen estado de conservación y protección de la biodiversidad y administración adecuada de los recursos que se encuentran en esta localidad.

### **9.2. Resultado N° 3 y 4. Estrategias de desarrollo agro-turístico para finca San Carlos.**

La propuesta que se presenta a continuación, contiene un sinnúmero de estrategias de desarrollo agro-turístico dentro de finca San Carlos, la cual consiste en crear un circuito turístico, haciendo uso adecuado de los recursos y atractivos existentes dentro de la misma, en donde el visitante tenga la oportunidad de estar en contacto directo con la naturaleza y pueda involucrarse en las actividades agrícolas que son realizadas en la finca si así lo desea; de igual manera explorar sus bosque y disfrutar de las vistas panorámicas que apreciara durante el recorrido por los senderos.

Otro elemento importante, es la elaboración de un plan de marketing que mediante estrategias de mercado permitirá a los propietarios de la finca promocionar, comercializar y ofertar el destino dentro de la industria turística nacional.

#### **9.2.3. Circuito turístico “Entre Brumas, Café y agricultura”.**

El circuito turístico “entre brumas, café y agricultura” te invita a descubrir las bellezas paisajísticas que ofrece finca San Carlos, rodeada de una extensa diversidad de flora y fauna, de igual manera el visitante podrá involucrarse de manera directa en las actividades agrícolas y disfrutar de un clima agradable propio de la zona norte de Nicaragua. Dicho circuito comprende el recorrido por las diferentes áreas de cultivo de la finca.

##### **9.3.1.2. Sendero Fruti-Flores.**

Durante este recorrido, se podrá apreciar las plantaciones de mora, fresa, naranjilla, en donde se brindara la explicación sobre el proceso de producción, y posteriormente tendrá la oportunidad de degustar cada uno de estos productos frescos y de calidad.

En esta misma ruta se visitaran los diferentes invernaderos en donde podrá observar las variedades de flores tales como: rosas, claveles, azucenas, encajes, entre otras cabe mencionar que las flores y las frutas están a la disponibilidad para los clientes que deseen adquirirlas.

### **9.3.1.3. Sendero la colombina.**

Este sendero, se encuentra a una altura promedio de 1300-1400 msnm, al iniciar el recorrido por el sendero se podrá observar una represa, donde se puede practicar la natación seguido de esto se apreciara un parche de bosque secundario y un sinnúmero de ojos de agua muy conservados los cuales algunos de ellos son utilizados para el consumo humano, otros para los sistemas de riego de los cultivos. A mitad de la ruta se encuentra un área de descanso con una altura de 1580 msnm, con el propósito de admirar las bellas vistas panorámicas, el cual es un escenario adecuado para las sesiones fotográficas.

### **9.3.1.4. Sendero el escondido.**

Este es un espacio rodeado de árboles centenarios, en su mayoría matapalos seguido de esto se encontrara cortinas rompe viento de espadillo los cuales ocultan el café (origen del nombre del sendero). Al finalizar el recorrido el visitante tendrá de interactuar con los trabajadores para conocer acerca del proceso de producción de las hortalizas.

### **9.3.1.5. Duración.**

El recorrido tiene una duración de dos días, con actividades propias para cada turista según sus necesidades. Partiendo de su lugar de origen hacia finca San Carlos ubicada en el kilómetro 150.5 carretera a Matagalpa, en donde sus propietarios les esperan para ofrecerles servicios de calidad y nuevas alternativas de recreación turística.

### **9.3.1.6. Accesibilidad.**

La ruta de acceso para trasladarse a la comunidad de Santa Lastenia se encuentra totalmente pavimentada, y la trocha que conduce hasta finca San Carlos es una trocha de macadán y es totalmente en toda el año.

### **9.3.1.7. Atractivos.**

- ❖ Casa hacienda.
- ❖ Cultivo de flores.
- ❖ Represa.
- ❖ Cultivo de: fresas, moras, durazno.
- ❖ Ojos de agua.
- ❖ Flora (matapalo, pinos).
- ❖ Fauna (ardillas, reinita, urracas).
- ❖ Estanque de tilapias.
- ❖ Mirador.
- ❖ Cultivo de hortalizas (zanahoria, repollo).
- ❖ Área para parrilladas.

### **9.3.1.8. Actividades.**

- ❖ Senderismo.
- ❖ Cabalgatas.
- ❖ Pesca deportiva.
- ❖ Avistamiento de aves.
- ❖ Interpretación ambiental.
- ❖ Natación.
- ❖ Involucramiento en las actividades agrícolas.
- ❖ Tardes familiares (convivencia con los trabajadores y el entorno).
- ❖ Paseos en cuadraciclos.

### **9.3.1.9. Servicios.**

- ❖ Alojamiento.
- ❖ Alimentos y bebidas.

### **9.3.1.10. Segmentación de mercado.**

Dirigido a turistas locales y nacionales (jóvenes 15-25 años y adultos 25-60). El recorrido está dirigido a grupos de cinco personas.

### 9.3.1.11. Promoción.

- ❖ Corto plazo: Elaboración de brochure, crear perfil en redes sociales (Facebook), tarjetas de presentación.
- ❖ Mediano plazo: Divulgación televisiva y radial local.
- ❖ Largo plazo: Diseño de sitio web exclusivo para finca San Carlos.

### 9.3.1.12. Costos (precios por persona).

#### Transporte.

El costo dependerá del lugar de procedencia de los turistas, cabe señalar que este circuito se hizo tomando como punto de partida la capital, Managua.

**Referencia:** Managua–Jinotega (km 150.5 carretera a Matagalpa):**100 C\$**

**Alojamiento:** 300 C\$.

**Desayuno y cena:** 80 C\$.

**Almuerzo:** 150 C\$.

**Guía turístico:** 260 C\$.

**Cabalgatas:** 100 C\$ (una hora).

**Cuadraciclo:** 150 C\$ (media hora).

#### Recomendaciones.

Se debe llevar dinero extra, para compra de productos ofertados en la finca que no están incluidos en el paquete.

**Costo total: C\$ 1,140**

**U\$ 44**

## Estrategias de desarrollo agro-turístico en Finca San Carlos

### 9.3.2.1. Itinerario del circuito " *entre brumas, café y agricultura.* "

Tabla N° 1.

#### Día N° 1

Hora	Actividad
6:00am- 9:00am	Partida del lugar de origen hacia el departamento de Jinotega (comunidad Santa Lastenia)
9:00am-9:20am	Recepción e instalación de los turistas en casa hacienda.
9:20am-10:00am	Bienvenida por parte de los anfitriones de finca San Carlos y desayuno
10:00am-10:30am	presentación del guía de turistas y una breve explicación sobre las actividades a realizarse durante la estancia en finca San Carlos
10:30am-11:45am	Recorrido por el sendero Fruti-flores
11:45am-12:30md	Regreso a la casa hacienda para tomar descanso
12:30md-1:30pm	Almuerzo
1:30pm-4.30pm	Tiempo de ocio (cabalgatas , natación ,pesca deportiva, paseos en cuadra ciclo)
4:30pm-5:00pm	Merienda(degustación del café propio de la finca)
5:00pm-6:00pm	Charla sobre el manejo y funcionamiento de finca San Carlos
6:00pm-7:00pm	Cena (parrillada opcionales )
7:00pm-9:00pm	fogata y actividades culturales acompañadas del guía de turistas y convivencia con los trabajadores

(Fuente propia)

TablaN°2.

#### DIA N° 2.

Hora	Actividad
5:00am-7:30am	Avistamiento de aves
7:30am-8:30am	Desayuno
8:30-11:30am	Recorrido por los senderos la colombina y el escondido
11:30-12:00md	Regreso a la casa hacienda y descanso
12:00-1:00pm	Almuerzo
1:30pm	Despedida

(Fuente propia)



### 9.3.2.2. Recomendaciones.

- ❖ Ropa y zapatos adecuados (colores en armonía con el medio ambiente, botas).
- ❖ No separarse del grupo mientras se realicen los recorridos.
- ❖ Asegurarse de llevar los medicamentos que usa comúnmente.
- ❖ Repelente.
- ❖ Responsable (tomar en cuenta las recomendaciones brindadas por el guía).
- ❖ No botar basura.
- ❖ Hacer uso adecuado de los equipos que son facilitados en la finca para realizar las actividades de recreación.

### **9.3. Resultado N° 4. Plan de marketing.**

#### **9.3.3. Introducción.**

Finca San Carlos ubicada en el kilómetro 150.5 carretera Jinotega –Matagalpa en la comunidad Santa Lastenia. Se caracteriza por ser una finca cafetalera y dedicada a la producción agrícola; posee un clima agradable con suelos fértiles para el cultivo de flores, hortalizas y frutas entre otros productos que permiten el aprovechamiento de sus recursos de una manera adecuada.

Dicha finca en su plan de marketing para el primer semestre del año 2015 pretende incrementar su demanda gracias a la diversificación de su oferta dentro del mercado turístico actual

#### **9.3.4. Objetivos.**

##### **9.3.4.1. General:**

- ❖ Diseñar un plan de marketing que permita a finca San Carlos implementar estrategias que permitan incrementar su demanda.

##### **9.3.4.2. Específicos:**

- ❖ Describir la situación del mercado actual para el desarrollo de las actividades que ofrecen.
- ❖ Crear estrategias de marketing para posicionar a finca San Carlos como un prestador de servicios turísticos dentro de la demanda actual.

### 9.3.5. Resumen ejecutivo.

**Nombre de la empresa:** Finca San Carlos

**Propietario:** Ivonne de Jesús Castellón

**Ubicación:** kilómetro 150.5 a orilla de la carretera a Matagalpa

**Nació:** Desde hace más de cien años

#### **Presupuesto.**

Publicidad:	C\$ 2,000
Radio local:	C\$ 5,000
Televisión local:	C\$ 4,500

#### **Material informativo**

Brochures	C\$ 5,000
Tarjetas de presentación	
Banner	

#### **Estrategias de mercado**

Promotor de ventas	C\$ 5,000
--------------------	-----------

**TOTAL:** C\$ 21,500

### **9.3.5.1. Servicios que ofrece**

- ❖ Alojamiento.
- ❖ Alimentos y bebidas.
- ❖ Guía de turistas.

### **9.3.5.2. Tendencias de la industria.**

Finca San Carlos, ofrece a sus visitantes acogedoras instalaciones con extraordinarias, bellezas paisajísticas, ambiente agradable para disfrutar del potencial turístico en su máxima expresión, además tiene un trato especial para cada turista al momento de ofertar los servicios y crear así una mejor estadía para los visitantes dentro de sus instalaciones. San Carlos, está abierto durante todo el año a turistas locales y nacionales dedicados a satisfacer las necesidades de cada uno de sus visitantes.

### **9.3.5.3. Valores de Finca San Carlos**

- ❖ Responsabilidad
- ❖ Respeto
- ❖ Calidad
- ❖ Eficacia
- ❖ Amabilidad
- ❖ Higiene

### 9.3.6. Análisis FODA.

El análisis FODA diseñado dentro de Finca San Carlos, permite conocer, cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que actualmente presenta el destino dentro del mercado turístico, enfrentar nuevos retos y tener una mayor diversificación de sus oferta y demanda.

1: Deficiente.

2: Bajo.

3: Medio.

4: Alto.

5: Muy alto.

**Tabla N°3.**

<b>Cuadro N° 3, análisis FODA (Fortalezas y oportunidades)</b>			
<b>Fortalezas</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Puntaje</b>
ofrecer servicios y actividades recreativas de calidad	4	Visita de clientes potenciales	5
Reconocimiento turístico local	3	mejoramiento de infraestructura	4
Cultivo y comercialización de productos agrícolas y floricultura	5	Afiliación con entes reguladores del turismo (INTUR), para la diversificación de sus productos y servicios.	5
Personal capacitado en cada una de sus áreas	4	Crear nuevos servicios para el aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos.	5
Aceptación de sus productos dentro de los mercados locales y nacionales	5	Inserción de estrategias que estén dirigidas a la conservación del medio ambiente	5
Relaciones laborales	5		
Accesibilidad	5		

**Tabla N°4.**

<b>Cuadro N°4, análisis FODA (debilidades y amenazas)</b>			
<b>Debilidades</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Amenazas</b>	<b>Puntaje</b>
Involucramiento de la comunidad	5	Desastres naturales	5
Capacitación técnica al personal	3	Competencia	4
Promoción y comercialización de sus servicios turísticos	4	Deterioro de los recursos Naturales	3
Organización administrativa con propuestas de desarrollo turístico	5		
Gastronomía	5		

### **9.3.7. Situación de la empresa.**

Finca san Carlos, es una empresa comprometida a satisfacer las necesidades de sus visitantes, y dedicada al trabajo en equipo, sus propietarios se encuentran dispuestos a realizar cambios que les permitan mejorar la calidad de su oferta turística. Dicha finca esta privilegiada con su posición geográfica, excelente infraestructura, y sobre todo rodeada por magníficos paisajes que permiten recrearse en un ambiente totalmente acogedor, acompañada de una exuberante diversidad de flora y fauna. Para alcanzar sus metas a corto, mediano y largo plazo pretende utilizar estrategias de desarrollo comprometidas con el uso y la protección de sus recursos naturales.

### **9.3.8. Competencia.**

Finca San Carlos, tiene a sus alrededores establecimientos dedicados a la prestación de servicios tales como fincas cafetaleras (Francellina, santa Inés) campamento de vida joven, hotel los Alpes entre otros, dicha situación representa una limitante para que los propietarios de finca San Carlos puedan desarrollar la actividad turística, sin embargo estos pretenden aprovechar sus recursos con actividades innovadoras que le permitan posicionarse en la mente de sus potenciales clientes como un destino a visitar.

### **9.3.9. Situación del mercado.**

#### **9.3.9.1. Mercados.**

Los principales consumidores de los servicios y actividades de finca San Carlos son en su mayoría turistas locales, seguido de los turistas nacionales, que desean tener la oportunidad de involucrarse en actividades agrícolas y sobre todo estar en contacto directo con la naturaleza.

Debido a la tranquilidad de su entorno sus visitantes pueden optar pasar el día dentro de las instalaciones de la casa hacienda, disfrutar de la gastronomía o bien, realizar actividades recreativas como la pesca deportiva, cabalgatas, senderismo, entre otros.

#### **9.3.9.2. Situación competitiva.**

Finca san Carlos, forma parte de las empresas que ofrecen servicios turísticos en la zona norte de Nicaragua, debido a su posición geográfica dentro de la Reserva Silvestre Privada, ha logrado ser reconocida en el mercado local, con precios cómodos y con actividades propias de la finca.

En el siguiente cuadro se reflejan los servicios y actividades ofertados en la Finca San Carlos, ubicada en la comunidad Santa Lastenia municipio de Jinotega, con su precio, descripción y ventajas.

**Tabla N°5.**

<b>Cuadro N°5 Servicios</b>			
<b>Servicios</b>	<b>Precio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ventaja</b>
Servicio de alojamiento	C\$300	Casa hacienda cuenta con 3 habitaciones dobles con capacidad para 8 personas	Servicios básicos y totalmente equipada (cocina, baños, sala de estar, entre otros
Alimentos y Bebidas	C\$80(desayuno, cena) C\$150(almuerzos)	Ofrece servicios de alimentos (desayunos, almuerzo, cena), así como bebidas, para que sus visitantes puedan disfrutar de la gastronomía local.	Este servicio está disponible de 6:00 am a 8:00pm. Algunos de los cultivos son utilizados en la cocina, donde Los visitantes pueden preparar sus propios alimentos en las instalaciones de la Casa hacienda, o bien pedir que se los preparen.
Guía de turistas	C\$ 260	Si los visitantes desean conocer los alrededores de finca san Carlos por cada uno de los senderos, se ofrece el servicio de guía de turistas que brinda la información necesaria y aclara sus dudas sobre todo el entorno natural y cultural de la zona.	El precio de este servicio es totalmente accesible y se ajusta cómodamente al bolsillo de turistas nacionales y extranjeros y de igual manera permite tener un mejor conocimiento de cada uno de los atractivos.



**Tabla N°6.**

<b>Cuadro N° 6, Actividades</b>			
<b>Actividad</b>	<b>Precio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ventaja</b>
Cabalgatas	C\$100	Se cuenta con cuatro caballos para brindar servicio de cabalgatas durante el día. Y su precio está establecido por hora.	El tiempo de alquiler de cada caballo depende de las necesidades y de cuanto disfrute el turista realizar dicha actividad. Su precio está establecido por hora.
Senderismo	-	Esta actividad se realiza por las áreas de cultivo de la finca, para conocer el proceso de cosecha y la producción de estos.	Esta actividad incluye la degustación y compra de algunos de sus productos (fresas, mora, café, hortalizas, flores, entre otros).
Natación		Los visitantes pueden refrescarse en 2 de los ojos de agua existentes dentro de la finca	No tiene ningún costo adicional.
Pesca deportiva		El estanque de tilapias está disponible para los turistas amantes de la pesca, con el equipo necesario para practicarla.	No tiene ningún costo, solo se debe pagar por la preparación de la tilapias si el visitante desea consumirlas.

### **9.3.9.3. Análisis de distribución.**

Finca San Carlos, pretender diversificar su oferta mediante estrategias que le permitan dar a conocer nuevas alternativas para el turismo rural, con servicios de calidad y actividades recreativas dirigidas a satisfacer las necesidades de cada uno de sus visitantes, de igual manera tratara de proyectarse en el mercado local y nacional a través de material informativo como: brochures, tarjetas de presentación, televisión y radio local, redes sociales, páginas web, entre otros.

### **9.3.10. Objetivos Financieros.**

- ❖ Aumentar los ingresos de finca San Carlos a través de la diversificación de los servicios ofertados.
- ❖ Proponer estrategias de desarrollo dirigidas a la promoción y comercialización de los servicios ofertados.
- ❖ Mejorar las condiciones en la infraestructura de la finca.

### **9.3.11. Objetivos de Marketing.**

- ❖ Involucrar a la comunidad dentro de las actividades promovidas por finca San Carlos.
- ❖ Evaluar la aceptación de los servicios por parte de los clientes potenciales mediante fichas de calificación de servicio.
- ❖ Establecer convenios con empresas prestadoras de servicios turísticos y entes reguladores de turismo, que garanticen una mejor promoción y comercialización de los destinos.

### **9.3.12. Estrategias de marketing.**

#### **9.3.12.1. Estrategias para el servicio.**

- ❖ Aumentar el número de personal.
- ❖ Crear un menú que permita la diversificación en el servicio de alimentos y bebidas.
- ❖ Garantizar el buen funcionamiento del equipo para realizar las actividades.

### **9.3.12.2. Estrategias de precio.**

- ❖ Posicionar a finca San Carlos, como un destino ubicado en un lugar privilegiado por encontrarse dentro de una Reserva silvestre protegida, que ofrece un amplio potencial turístico con atractivos, servicios de calidad que esperan satisfacer las necesidades de cada turista.

### **9.3.12.3. Estrategias para la plaza.**

- ❖ Contratar un promotor de ventas para ubicar el material informativo en puntos claves con mayor afluencia de turistas. (agencias de viaje, tour operadoras, hoteles, restaurantes, terminales de buses) entre otros.

### **9.3.12.4. Estrategias para la publicidad.**

- ❖ Participar en ferias.
- ❖ Utilizar canales de distribución (televisión y radios locales, pagina web, redes sociales)
- ❖ Elaborar material informativo (brochures, banner, tarjetas de presentación).

## Estrategias de desarrollo agro-turístico en Finca San Carlos

### 9.3.13. Plan de Acción.

El plan de acción contempla el conjunto de estrategias, actividades, y precios, que serán establecidos por Finca san Carlos para mejorar el servicio y poder diversificar de una mejor manera sus productos.

**TablaNº7.**

<b>Cuadro N° 7, estrategias de servicios.</b>					
<b>Estrategias para el servicio</b>	<b>Actividades</b>	<b>Precio</b>	<b>Cronograma</b>	<b>Lugar</b>	<b>Responsable</b>
Aumentar el número de personal.	Entrevistas para selección de personal.		Febrero 2015	Jinotega. Farmacia Castellón	Sra.Ivonne Castellón
Crear un menú que permita la diversificación en el servicio de alimentos y bebidas.	Contratación de personal capacitado en el área (Chef)		Febrero 2015	Jinotega Farmacia Castellón.	Sra.Ivonne Castellón
Garantizar el buen funcionamiento del equipo para el desarrollo de las actividades recreativas	Invertir en compra y contratar un personal capacitado para el mantenimiento del equipo.		Cada 3 meses	Finca san Carlos.	Allan Castellón
Capacitar al personal sobre calidad turística	Organización de reuniones para evaluar el funcionamiento del local y el desempeño del personal.		Mensual		Sra. Ivonne Castellón y Allan Castellón

## Estrategias de desarrollo agro-turístico en Finca San Carlos

**Tabla N°8.**

<b>Cuadro N°8, estrategia de precio</b>					
<b>Estrategia de precio</b>	<b>Actividades</b>	<b>Precio</b>	<b>Cronograma</b>	<b>Lugar</b>	<b>Responsable</b>
Posicionar a finca San Carlos como un destino ubicado en un lugar privilegiado por encontrarse dentro de una Reserva silvestre protegida, que ofrece un amplio potencial turístico con atractivos, y servicios de calidad que esperan satisfacer las necesidades de cada turista.	Contratar un promotor de ventas que visite diversos lugares para dar a conocer la finca San Carlos y ofertar sus servicios y actividades turísticas	C\$4000	Trimestral	Universidades. Hoteles. Restaurantes. Terminales de buses.	Promotor de ventas.  Allan Castellón

**Tabla N°9.**

<b>Cuadro N° 9 estrategia para la plaza.</b>					
<b>Estrategia para la plaza</b>	<b>Actividades</b>	<b>Precio</b>	<b>Cronograma</b>	<b>Lugar</b>	<b>Responsable</b>
Contratar un promotor de ventas para ubicar el material informativo en puntos claves con mayor afluencia de turistas. (Agencias de viaje, tour operadoras, hoteles, restaurantes, terminales de buses) entre otros.	Identificar los puntos estratégicos y establecer acuerdos con los propietarios de estos negocios y entes reguladores de turismo para la exhibición de dicho material.	C\$ 2000	Trimestral	Farmacia Castellón  Restaurante El Tico 1 y 2  Terminal de buses Jinotega.  Hotel la Quinta.  Hostal Dulces sueños  Hotel Café  Apanás tours	Promotor de ventas.  Allan Castellón

## Estrategias de desarrollo agro-turístico en Finca San Carlos

**Tabla Nº 10**

<b>Cuadro Nº 10, estrategia para la publicidad.</b>					
<b>Estrategias para la publicidad</b>	<b>Actividades</b>	<b>Precio</b>	<b>Cronograma</b>	<b>Lugar</b>	<b>Responsable</b>
Participar en ferias.	Establecer buenas relaciones humanas y comunicación con los entes reguladores del turismo para, el involucramiento de finca San Carlos en las actividades organizadas por el gabinete de turismo de Jinotega.			Ferias locales y municipales (Jinotega)	Sra. Ivonne Castellón Allan Castellón Promotor de ventas.
Utilizar diversos canales de distribución (televisión y radio local, página web, redes sociales).	Visitar canales y radios locales para la divulgación y una mejor promoción de finca San Carlos.	C\$ 9500	Mensual	Canal Local Radio mi preferida.	Promotor de ventas.
Elaborar material informativo (brochure, banner, tarjeta de presentación).	Diseño y elaboración, y reproducción de material informativo.	C\$ 5000	Trimestral	Farmacia Castellón Restaurante El Tico 1 y 2 Terminal de buses Jinotega. Hotel la Quinta.	Promotor de ventas

## Estrategias de desarrollo agro-turístico en Finca San Carlos

				Hostal Dulces sueños	
				Hotel Café	
				Apanás tours	

<b>TOTAL</b>					<b>C\$ 21,500.00</b>
--------------	--	--	--	--	----------------------



### **X. CONCLUSIONES.**

El objetivo planteado en la línea de investigación es proponer estrategias de desarrollo agro turístico en finca San Carlos, durante el segundo semestre del 2014. En este periodo se ha logrado cumplir las metas propuestas como lo es la identificación y descripción de los recursos naturales existentes en el lugar de estudio.

Como resultado de la investigación se ha logrado determinar que finca San Carlos es un lugar muy privilegiado debido al alto potencial natural con el que cuenta y el buen estado de conservación en el que se encuentran sus recursos.

Finca San Carlos, es de suelos muy fértiles, productora de café de calidad, cultivos de frutas (mora, fresas, durazno) y hortalizas (zanahoria, repollo) que la convierten en un lugar, con actividades agro turísticas dirigidas a satisfacer necesidades de sus potenciales visitantes con deseos de estar en contacto directo con la naturaleza, vivir nuevas experiencias y de esta manera contribuir a que dicho destino pueda incursionar dentro de la en la industria turística local, y nacional, con el apoyo de las instituciones encargadas de promocionar cada uno de los recursos y atractivos que posee.

### **XI. RECOMENDACIONES**

Las recomendaciones que se brindan a continuación están dirigidas de manera directa a los propietarios de Finca San Carlos, para contribuir al cumplimiento de los objetivos y estrategias de desarrollo que se han propuesto para dicho destino, así mismo para superar los obstáculos que se tienen para promocionar y comercializar la finca.

- ❖ Señalización de los senderos para una mejor interpretación y conocimiento por parte de los visitantes.
- ❖ Diseño de letreros informativos para árboles que tienen más de 100 años aproximadamente.
- ❖ Involucrar a los habitantes de la comunidad Santa Lastenia en las actividades a desarrollarse dentro de la finca y sobre todo al momento de prestar los servicios.
- ❖ Elaboración y distribución de material informativo para un mejor reconocimiento local y nacional.
- ❖ Realizar reuniones y brindar capacitaciones a los trabajadores sobre calidad turística.
- ❖ Crear un menú para una mejor oferta del servicio de alimentos y bebidas.
- ❖ Compra y mantenimiento de equipo para realizar las actividades recreativas.
- ❖ Establecer relaciones con los entes reguladores de turismo para tener un mejor reconocimiento, evaluación y supervisión al momento de diversificar sus productos y servicios turísticos.
- ❖ Diseño, elaboración y ejecución de un plan de marketing para un mejor funcionamiento de las actividades agro turísticas propuestas por finca San Carlos y lograr así el buen posicionamiento dentro de los mercados turísticos.

## XII. BIBLIOGRAFIA.

- Bigne, E. (2000). *Marketing de destinos turísticos*. Avda Valdenigrales,s/n -28223 pozuelo de Alarcon (Madrid).
- Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. España: OMT.
- Bulla.H. (2013). *Ecoturismo: oferta y desarrollo sistémico regional*. Bogota: ECOE.
- Castellon, R. (2008). *Plan de manejo para la reserva silvestre privada San Carlos*.
- Castellón.A. (07 de Noviembre de 2014). Caracterización de la comunidad Santa Lastenia. (P. Mayerling, Entrevistador)
- Cebrian, F. (2008). *turismo rural y desarrollo rural*. sevilla: universidad de castilla.
- Diaz, M. (2012). propuesta estratégica de desarrollo en turismo rural comunitario para la reserva silvestre privada San Carlos, Jinotega.
- Gomez.M. (2002). *regionalización turística del mundo*. barcelona: universidad de barcelona.
- INIFOM, J. (2014). *ficha municipal*. JINOTEGA.
- Novás.N. (2006). *promoción y venta de servicios turísticos*. españa: ideas propias editorial.
- Peréz, M. (2006). *INTRODUCCION A LA GESTION DE STOCKS*. España.
- Quesada, R. (2000). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: EUNED.
- Quintana, M. (2005). *Principios de Marketing*. Barcelona, España: DEUSTO.
- Riveros H,Blanco M. (2003). *EL AGROTURISMO,UNA ALTERNATIVA PARA REVALORIZAR LA AGROINDUSTRIA COMO UN MECANISMO DE DESARROLLO LOCAL*. LIMA,PERU: LimaIICAPRODAR 2003.
- Riveros.H. (2003). *Agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*. Lima: Peru.
- Román.F. (2006). *Turismo rural en Argentina*. IICA.
- Ruiz.S. (2006). *Comportamientos de compra del consumidor*. Madrid, España: ESIC.
- Tórriz , Secall & Garcia. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Barcelona: UOC.
- Valdés.L. (s.f.). *TURISMO Y PROMOCION DE DESTINOS TURISTICOS: IMPLICACIONES EMPRESARIALES*. Gijón, España: Universidad de Oviedo.

## XIII. Anexos

### Entrevista.

Estimado(a) prestador(a) de servicios, somos estudiantes de V año de la Licenciatura en Turismo Sostenible, de la Facultad Regional Multidisciplinario (FAREM-Estelí), estamos realizando nuestro curso de Seminario de Graduación y en esta ocasión nos dirigimos hacia su persona, con el propósito de obtener información general sobre su propiedad, para la creación de Estrategias de desarrollo agro-turístico en finca San Carlos.

Dirigida a : \_\_\_\_\_

Nombre del entrevistado. \_\_\_\_\_

Nombre del entrevistador. \_\_\_\_\_

Fecha. \_\_\_\_\_

- I. ¿Quiénes eran los dueños anteriormente de dicha finca?
- II. ¿En qué año adquirieron la propiedad?
- III. ¿Qué visión tenían cuando obtuvieron la finca?
- IV. ¿Qué actividades de carácter económico realizan en la propiedad?
- V. ¿Cuál es el origen del nombre de la finca?
- VI. ¿Cuál ha sido la limitante para que esta no se haya desarrollado turísticamente?
- VII. ¿Trabajan con alguna organización gubernamental o no gubernamental?
- VIII. ¿Qué categoría de manejo tiene finca San Carlos?
- IX. ¿Cuentan con algún plan de manejo?

## Estrategias de desarrollo agro-turístico en Finca San Carlos

---

- X. ¿Tienen la licencia otorgada por INTUR para operar?
- XI. ¿Cuántas manzanas posee la finca y como están divididas?
- XII. ¿Quién es el encargado de administrar la finca?
- XIII. ¿Desde cuando surgió la idea de aprovechar la finca como un destino turístico?

### Entrevista.

Estimado(a) trabajador(a) de finca San Carlos, somos estudiantes de V año de la Licenciatura en Turismo Sostenible, de la Facultad Regional Multidisciplinario (FAREM-Estelí), estamos realizando nuestro curso de Seminario de Graduación y en esta ocasión nos dirigimos hacia su persona, con el propósito de obtener información general sobre el área en la que usted labora, para la creación de Estrategias de desarrollo agro-turístico en finca San Carlos.

Dirigida a: \_\_\_\_\_

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Nombre del entrevistador: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

- I. ¿En qué área de la finca trabaja?
- II. ¿Cree que es necesario una capacitación para que se desarrolle mejor en sus labores?
- III. ¿Estaría dispuesto a recibir capacitaciones relacionadas a la actividad agro turística?
- IV. ¿Cree usted que es factible desarrollar la actividad agro turística en Finca San Carlos?
- V. ¿tiene conocimientos sobre agro turismo?
- VI. ¿Cree que es importante realizar turismo rural comunitario? ¿por qué?

## Guía de Observación

A través de la guía de observación, sobre la existencia de recursos con potencial turístico en Finca “Finca San Carlos”, se pretende familiarizarse con los recursos que posee dicho destino, mediante recorridos realizados en el área de estudio, que permitan conocer la variedad del potencial turístico, el estado de los posibles atractivos y su accesibilidad.

Fecha: 08 de noviembre 2014 Lugar: Finca “San Carlos”

Observadoras

Br. María Dolores Castillo

Br. Loáisiga Jarquín Crisbell Ocsana

Br. Mayerling Pineda Montenegro

Hora de inicio: 08:00 am Hora de finalización: 02:00 pm

Segmento de mercado:

Sitios que prefieren visitar:

Tiempo de visita:

Actividades a realizar:

Accesibilidad: Buena\_\_\_ Mala\_\_\_ Regular\_\_\_

Duración Del viaje:

Descripción de la experiencia de visita:

Experiencia de la visita:

Características del terreno:

Bosques identificados:

Árboles observados:

Animales observados:





***Ilustración 1. Vista Panorámica Sendero la Colombina (fuente propia)***



***Ilustración 2. Sendero el escondido. (Fuente propia)***



**Ilustración 3. Cultivo de zanahoria.** (Fuente propia)



**Ilustración 4. Preparación de las tierras para cultivos.** (Fuente propia)



**Ilustración 5. Cultivo de flores.** (Fuente propia)



**Ilustración 6. Yerberas.** (Fuente propia)



*Ilustración 7. Sendero Fruti-flores. (Fuente propia)*



*Ilustración 8. Ojo de agua. (Fuente propia)*



*Ilustración 9. Casa hacienda. (Fuente propia)*



*Ilustración 10. Área de descanso. (Fuente propia)*



*Ilustración 11. Habitaciones. (fuente propia)*



*Ilustración 12. Área para barbacoas. (Fuente propia)*



*Ilustración 13. Estanque de tilapias. (Fuente propia)*



*Ilustración 14. Casa hacienda. (Fuente propia)*



*Ilustración 15. Cultivo de fresas. (Fuente propia)*



*Ilustración 16. Cultivo de café. (Fuente propia)*



Material informativo

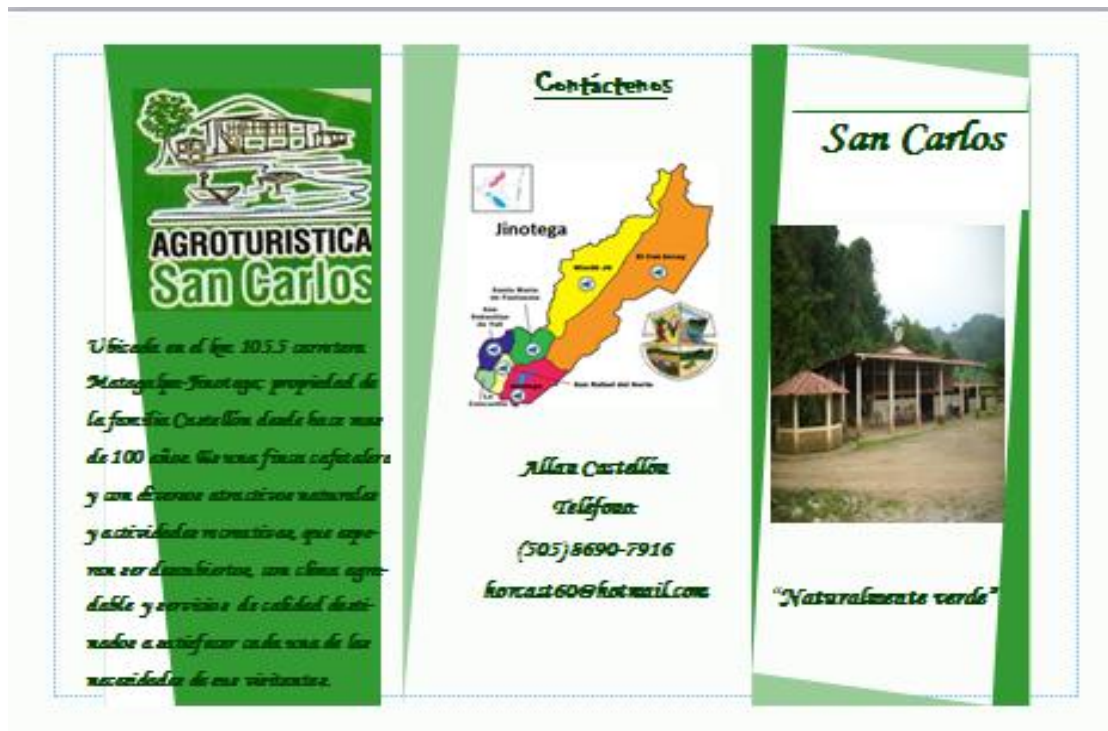


Ilustración 17. Brochure.(Fuente propia)



Ilustración 18. Trajeta de presentación.



Ilustración 19. Perfil en redes Sociales. (Fuente propia)

