

## ***Propuesta de promoción, comercialización y elaboración de un paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz, durante el II Semestre 2016***

Engel Adonis Lira Rivas  
Julio Cesar Rivera Rocha  
Ilse Elizabeth Toruño Pérez  
Arelis E. Moreno López

### **RESUMEN**

Actualmente la comunidad de Icalupe cuenta con los recursos necesarios para la realización del turismo rural comunitario, dado que hay familias que han adecuado sus casas para hospedar a las personas que visiten el lugar.

La presente investigación se llevó a cabo en la Comunidad Icalupe Somoto-Madriz, bajo el nombre: *“Propuesta de promoción, comercialización y elaboración de un paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz, durante el II Semestre 2016”* y responde al objetivo general *“Establecer estrategias de promoción y comercialización turística para la comunidad Icalupe”* consecuente a esto, el desarrollo de los siguientes objetivos específicos:

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

**Palabras Claves:** Promoción Turística, Sostenibilidad, Atractivo Turístico, Marketing

1 Este artículo se basa en la investigación titulada: “Propuesta de Promoción, Comercialización y elaboración de un paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz, para obtener el título de Licenciado en Turismo sostenible de la UNAN Managua FAREM Estelí.

2 UNAN-Managua FAREM-Estelí, correo electrónico: [silverlightproducciones@gmail.com](mailto:silverlightproducciones@gmail.com)

3 UNAN-Managua FAREM-Estelí, correo electrónico: [juliorivera37rocha@gmail.com](mailto:juliorivera37rocha@gmail.com)

4 UNAN-Managua FAREM-Estelí, correo electrónico: [ilstar36nicaragua@gmail.com](mailto:ilstar36nicaragua@gmail.com)

5 Maestría en Turismo Sostenible, docente titular de la UNAN-Managua, FAREM-Estelí, correo electrónico: [aremorelo1507@yahoo.es](mailto:aremorelo1507@yahoo.es)

## ***Proposal of promotion, marketing, and elaboration of a tourist package for the community of Icalupe, Somoto-Madriz, during the 2<sup>nd</sup> Semester 2016***

Engel Adonis Lira Rivas  
Julio Cesar Rivera Rocha  
Ilse Elizabeth Toruño Pérez  
Arelis E. Moreno López

### **ABSTRACT**

Currently the community of Icalupe has the necessary resources for the realization of community rural tourism, given that there are families which have adapted their houses to host the people who visit the place.

The present investigation was carried out in the Community Icalupe Somoto-Madriz, under the name: "Proposal of promotion, marketing, and elaboration of a tourist package for the community of Icalupe, Somoto-Madriz, during the 2nd Semester 2016" and responds to the general objective "Establish strategies of promotion and marketing tourism to the community Icalupe" consequently, the development of the following specific objectives:

- Design tourism promotion strategies to implement in the community of Icalupe.
- Elaborate a tourism package for the community of Icalupe, Somoto-Madriz.

**Keywords:** Tourism Promotion, Sustainability, Tourist Attraction, Marketing

## Introducción

El turismo en Centro América es una actividad que ha venido creciendo considerablemente en los últimos cinco años convirtiéndose en uno de los principales rubros económicos, tal es el caso de Nicaragua donde el turismo es una herramienta que ha ido transformando el aspecto económico de muchas ciudades y comunidades del país.

El presente trabajo investigativo titulado: *“Propuesta de promoción, comercialización y elaboración de un paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz, durante el II Semestre 2016”* tiene la finalidad de desarrollar la actividad turística en la comunidad a través de la promoción de sus principales recursos y atractivos turísticos, como lo son el parque ecológico “Piedras Pintadas” y el “Cañón Seco” de Icalupe.

La importancia de dicha investigación radica en el desarrollo sostenible socio económico de los habitantes de la comunidad, aportando también a la conservación de sus recursos naturales, históricos y culturales, los cuales tienen un gran valor tanto para la comunidad como para el país en general. Esto con el objetivo de que los habitantes ya mencionados se vuelvan protagonistas, agentes de cambio y se apropien directamente sus recursos, para que los puedan explotar de manera sostenible, beneficiándose en sí toda la comunidad en general.

Con esta investigación se espera como resultado que en el territorio nicaragüense, la comunidad Icalupe y sus destinos turísticos

(Piedras Pintadas y el Cañón Seco) sean reconocidos como punto de referencia turística histórica, cultural y natural de la zona norte de Nicaragua, debido a la viabilidad que tiene la publicidad turística audiovisual para llegar al alcance de las personas de forma electrónica, incluso de forma televisiva.

## Materiales y Métodos

Para llevar a cabo el estudio “Propuesta de promoción, comercialización y elaboración de un paquete turístico para la comunidad Icalupe, Somoto-Madriz, durante el II Semestre 2016” se utilizaron instrumentos que facilitarían información de carácter cualitativo, puesto que se identificaron los atractivos naturales, culturales existentes en la comunidad, se obtuvo información detallada sobre el estado actual de los mismos, de igual manera se representó gráficamente en porcentaje para hacer las medidas exactas de las entrevistas y las encuestas, lo que permitió elaborar algunas propuestas de desarrollo turístico sostenible a través de estrategias de promoción turística para la comunidad de Icalupe.

## Resultados y discusión

Como parte de esta investigación se han definido tres ejes teóricos que se han determinado como base conceptual para la investigación: 1). Promoción turística; 2). Sostenibilidad; y 3). Marketing.

La promoción del turismo es la aplicación de conceptos de marketing en la industria de viajes y del turismo. La promoción del mismo podría ser compleja debido a que el producto

es una amalgama de diversas industrias, tales como el alojamiento y el transporte. Los mercados también varían ampliamente, y la determinación de las preferencias de los consumidores podría ser difícil.

La sostenibilidad significa la existencia de condiciones económicas, ecológicas, sociales, políticas que determinen su funcionamiento de forma armónica a lo largo del tiempo y del espacio; Consiste en satisfacer las necesidades de la actual generación sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades. Sugiere contemplar la capacidad de ocupación y carga turística como, concepto fundamental para la protección ambiental del desarrollo sostenible. La sostenibilidad ambiental e refiere a la capacidad de poder mantener los aspectos biológicos en su productividad y diversidad a lo largo del tiempo, preocupándose de esta manera por la preservación de los recursos naturales fomentando una responsabilidad consciente sobre lo ecológico, al mismo tiempo crecer en el desarrollo humano cuidando el ambiente donde vive. La sostenibilidad económica se refiere a la capacidad de generar riqueza en forma de cantidades adecuadas, equitativas en distintos ámbitos sociales que sea una población capaz y solvente de sus problemas económicos, fortaleciendo la producción así como el consumo en sectores de producción monetaria; La sostenibilidad social se refiere a adoptar valores que generen comportamientos como el valor de la naturaleza, principalmente mantener niveles armónicos, satisfactorios de educación, capacitación y concientización ya que así apoyas a la población de un país a superarse,

manteniendo un buen nivel de vida en la población de un país, en los aspectos sociales ya sea el enrolamiento de las mismas personas para crear algo nuevo en la sociedad donde forman parte. (Intur.Gob, 2016)

### **Datos generales de la comunidad**

La comunidad de Icalupe se encuentra ubicada a 30 km de Somoto y 94 km de la Ciudad de Estelí, es habitada aproximadamente por 235 personas las cuales provienen mayoritariamente del sur y oriente de Honduras. El nombre de la comunidad Icalupe según sus mismos pobladores significa Cerro de los Nancites, Valle de las Nambira o bien Camino de las Canoas, de estos tres el más acertado según los mismos (pobladores) es el primero.

### **Principales Atractivos Turísticos de Icalupe**

**Piedras Pintadas:** El lugar conocido como Piedras Pintadas, consiste en un farallón de unos 15 metros de altura, en el que están representadas una cantidad de figuras y simbologías que describen escenas rituales y costumbres de nuestros antepasados. Se puede identificar rostros y cuerpos de animales y seres humanos. Hasta la fecha, es el lugar con mayor concentración de petroglifos en el municipio, considerados como los más impresionantes de Nicaragua (Larios Díaz, Deymins Emmanuel, 2013).

Por las figuras representadas como de calaveras, algunos consideran que fue un lugar de sacrificio; pero según César Méndez Lazo (2014), también se observan representaciones zoomorfas, abstractas y

otras de carácter antropomorfo. Algunas figuras son talladas y otras policromadas. Méndez Lazo (2014) describe los colores: “rojo ocre, amarillo-anaranjado, azul y violeta, siendo uno de los pocos ejemplos de policromía que se observan en el país y el único en el que se utilizan tantos pigmentos”.

**Cañón Seco:** En el costado noroeste de la comunidad se encuentra el Cañón Seco, conocido como El Barranco de las Calderas, Calderas del Diablo o Garnacha; en la parte alta del Cañón seco, desde uno de los miradores naturales, se puede contemplar las colinas, otras comunidades y la carretera hacia la frontera con Honduras.

En la parte inferior del cañón, en época lluviosa se forman pequeñas quebradas con cascadas de agua. En la zona aguas abajo se forman retenciones de agua y muchas de las vertientes permanecen durante todo el año.

### **Estrategias**

Tras la definición de los objetivos esta fase consiste en la selección y definición de las estrategias de marketing que es preciso desarrollar para alcanzar los objetivos fijados.

La estrategia de una organización (ciudad) es un conjunto de acciones encaminadas a la consecución de una ventaja competitiva sostenible al tiempo y defendible frente a la competencia, mediante la educación entre los recursos del destino y su entorno a fin de satisfacer los objetivos de los grupos implicados.

### **Estrategia para el desarrollo de ventajas competitivas**

Relacionándolo con marketing esta estrategia posibilita cambiar la posición competitiva de la comunidad, brindándole además las posibilidades de obtener mayores beneficios debido a que el mercado (turistas) puede llegar a aceptar precios más elevados en virtud del servicio que se le ofrece.

### **Segmentación y posicionamiento**

Por lo tanto la segmentación de mercado para la comunidad Icalupe está dentro del general, por ser una comunidad rural, abierta para todo público que desee realizar turismo rural comunitario, disfrutar de la naturaleza, la cultura e historia de la misma. Igualmente es un sitio rico en petroglifos, por lo tanto apto para la realización de estudios científicos para todo aquel que desea hacerlo y enriquecerse de conocimientos tanto culturales como históricos.

### **Estrategia de posicionamiento**

Tras realizar la fase del proceso de segmentación, la siguiente corresponde a la de posicionamiento de la comunidad Icalupe. Este término es utilizado en marketing para definir el acto de diseñar una oferta e imagen destinada a ocupar un lugar en la mente del consumidor.

### **Marca**

Icalupe tendrá que diferenciarse como un producto (destino turístico) único, el propósito es su marca sirva como herramienta fundamental para conseguir sus objetivo de posesionarse en el mercado, a través de una imagen visual que la identifique, es decir que haga reconocer fácilmente todos sus

productos y servicios ante un público objetivo y la diferencia ante sus competidores.

Se decidió elegir esta marca, puesto que anteriormente la comunidad no contaba con una marca establecida, la cual la representara. Por lo tanto a través de varios diseños, se optó el que representara más características de la comunidad. Esto se hizo a través de una encuesta realizada personalmente a la población de la comunidad y a algunos funcionarios de INTUR.

Finalmente se llegó a la conclusión de que la marca "ICALUPE Cerro de los nancites" con colores verdes y marrones, representa de manera sencilla y objetiva las características con las que cuenta de la comunidad Icalupe, siendo esta la más seleccionada por los encuestados.

### **Publicidad**

Es un método de comunicación cuyo emisor (la comunidad) controla totalmente el mensaje y lo hace llegar, de forma impersonal, simultánea mediante intercepciones en medios masivos de comunicación a un amplio conjunto de clientes potenciales.

Actualmente la información con la que se cuenta de la comunidad Icalupe es el de un diagnóstico realizado por el INTUR (Instituto Nicaragüense de Turismo) de Somoto-Madriz. Además de contar con páginas web las cuales no poseen la información debida para promocionar y conocer más acerca de dicho sitio.

Por lo tanto es necesaria la implementación de nuevas estrategias turísticas para la promoción y comercialización de la zona dando a conocer los recursos tanto naturales como paisajísticos, culturales e históricos del área.

### **Estrategias de promoción turística a implementarse en la comunidad Icalupe.**

Una vez definidas las estrategias de promoción turística a implementarse para la Comunidad Icalupe, se procedió a la elaboración de las mismas.

### **Spot publicitario**

En cuanto a la promoción (creación de un spot publicitario) se utilizaran programas como cinema 4D, After Effects y Sony vegas por la eficiencia y la calidad en cuanto al trabajo audiovisual final que se presentara, además son programas que son muy viables en cuanto a la creación, edición de videos y animaciones gráficas.

En este proceso se empezó con una fase de grabación audio visual de los principales atractivos turísticos y todos aquellos elementos representativos de la comunidad con el fin de proyectar las características elementales. Consecuentemente se continuó con la fase de edición audiovisual para agregar efectos y sistematización grafica al video spot.

Así mismo se crearan otras formas de promoción como es la creación de un brochure informativo de la comunidad y la creación de una página web la cual se pueda estar manejando desde las oficinas del INTUR o alcaldía para hacer la propaganda semanal de los paquetes que se desarrollen.



## Brochure

El brochure se diseñó utilizando programas de edición gráfica como lo son Adobe Photoshop y Adobe InDesign, esto con el fin de garantizar la mayor calidad en colores y diseño.

Primeramente se estableció la estructura del diseño, tomando en cuenta la ubicación de la información básica de los principales recursos con los que se cuenta, la información de cómo llegar y los contactos. Posteriormente se diseñó una presentación sencilla pero atractiva que motive al lector a primera vista. Posteriormente en la parte interior del tríptico se añaden las imágenes representativas de cada destino con su respectiva información básica, utilizando colores básicos y bajos con la finalidad de no aturdir la vista del lector.

## Página web

Referente al diseño de la página Web, se utilizaron recursos alternativos online, apoyándose en WIX.com, la cual su función es crear páginas web personalizadas, además de eso es de acceso gratuito.

Para el diseño se tomaron en cuenta los principales atractivos de la comunidad y la información básica de la zona, incluyendo también el logotipo que fue diseñado por fuente propia. La página corresponde al link: URL: [silverlightuj.wix.com](http://silverlightuj.wix.com)

Para el diseño de la plantilla, se tomaron en cuenta la gama de colores a utilizar, puesto que es necesario que la persona que visita la página, de primer momento observe un ambiente agradable y lo que puede encontrar en la comunidad, es necesario atraer la

atención de las personas a través de algo que ellos puedan ver; por tal razón se incluyó a mitad de la página una galería de fotos complementarias de la comunidad.

Por último se procede a escribir al final la información de la comunidad y los contactos a avocarse para poder llegar.

## Paquete Turístico

Según algunos antecedentes del turismo se dice que el primer personaje en crear la comercialización de paquetes fue Thomas Cook, en un viaje para 540 personas y así instalarse como un organizador de viajes y crear la primer tour operadora.

Algunos pasos a tomar en cuenta son los siguientes:

### 1. Etapa previa (Levantamiento de Información)

Para esta faceta se visitó cada uno de los lugares que se incluirían en el paquete para conocer la situación actual del lugar y su condición, así mismo se levantó una serie de documentos como la entrevista y la encuesta.

### 2. Investigación de Mercado: Interés del Viajero, Perfil del pasajero (datos precisos)

En cuanto a la segmentación de mercado solo se valoró los tipos de recursos que posee el área, las condiciones del clima, así se hizo el auto valoración hacia qué tipo de mercado se podía hacer la influencia y el paquete.

### 3. Investigación del Producto: Investigación de la Ruta Turística, tiempos, destinos, vías de acceso.

Al estar viajando hacia el destino y conocer los diferentes puntos a tomar en cuenta se pudo hacer un diagnóstico en cuanto al tiempo, los recursos con que cuenta, los patrimonios tanto culturales como históricos.

En el siguiente paquete creado por fuente propia, se tomó en cuenta cada uno de los aspectos que se necesitan para ofertar un destino y cada uno de los servicios que se necesitan para el buen disfrute de los turistas.

Se creó un paquete para dos días y una noche el cual lleva por nombre: "UN VIAJE MÁGICO LLENO DE CULTURA Y TRADICION"

### **Ejecución de las estrategias**

Una vez definidas las estrategias se requiere implementarlas, para llevar a cabo una estrategia la organización que gestiona el destino turístico debe contar con los recursos adecuados. Los planes no valen nada hasta que no son aplicados de forma efectiva.

### **Control**

Por último el plan de marketing estratégico de la comunidad Icalupe requiere un proceso de seguimiento de las acciones emprendidas. El control del plan implica analizar si dichas acciones producen los resultados esperados.

Para la realización de las estrategias a implementarse en la comunidad Icalupe fue necesaria la aplicación de instrumentos como lo son entrevistas y encuestas dirigidas a algunos pobladores de la comunidad y lo que conlleva a los siguientes resultados.

Cabe mencionar que durante todo el tiempo de estadía en la comunidad se realizaron actividades que hacían parte de nuestra estrategia de acercamiento con los pobladores y con el medio ambiente, para lo cual se realizaban acciones como animación turística con los y las niñas, jóvenes y adolescentes de la zona, la inclusión de juegos tradicionales, actividades culturales (veladas culturales), así mismo se realizaban presentaciones o mejor dicho noche de cine en las cuales se presentaba películas con significado tanto ambiental como comedias y mensajes acerca de una buena convivencia.

Por otra parte se ayudó en la elaboración de señales o señalización para los dos geo sitios con que cuenta la comunidad, ya que era casi nula esta parte y los turistas no podrían hacer un recorrido, en esta parte se contó con la ayuda de algunos de los guías, como un punto extra se hicieron reuniones con los guías de la comunidad para poder estructurar una comisión de los mismos para obtener un objetivo como comunidad de aumentar la afluencia de turistas a la zona y estar bien organizados donde cada uno pueda tener un puesto dentro de la cooperativa.

De igual manera se ayudó en la organización de algunas de las actividades de la comunidad Icalupe como fue la feria gastronómica, donde se realizó un montaje en celebración a la conmemoración al día de la resistencia indígena, llevándose a cabo la dramatización de cinco leyendas propias de la zona.



## Conclusión

El viaje forma parte de la vida de millones de personas. Según la OMT (Organización Mundial del Turismo). La incidencia que el turismo tiene a nivel nacional se puede extrapolar sin duda alguna a las diferentes comunidades, municipios de Nicaragua, que poseen todos ellos atractivos o recursos turísticos singulares, relevantes, capaces de motivar, suscitar el interés en los turistas, provocar su desplazamiento hasta el destino y generar riqueza.

La mayoría de las comunidades nicaragüenses ha visto, la importancia que el turismo tiene dentro de sus economías locales, han aprovechado la oportunidad para desarrollarse, algunos más que otros, los productos turísticos competitivos y de calidad que perduren en el tiempo y que sigan siendo rentables.

Hoy en día la enorme competencia existente entre los diferentes destinos nacionales e internacionales que obliga a las entidades locales a desarrollar nuevos productos turísticos capaces de satisfacer plenamente las expectativas de los turistas, a promoción y comercializar sus productos o servicios turísticos locales, rediseñar y a readaptar productos maduros cuyo atractivo se agota o resulta demasiado visto.

Si hay un sector que realmente ha cambiado ha sido el sector del turismo, no solamente por la forma de publicitarse o promocionarse sino por la necesidad de conversión de destinos opacos, mudos, en destinos conectados. El desarrollo de las nuevas tecnologías ha generado que los usuarios

sean los principales protagonistas, antes, durante y posteriormente a la realización del viaje.

Cuando hablamos de la importancia de las nuevas tecnologías aplicadas al turismo, no solamente hablamos de proporcionar conectividad al viajero sino de ser facilitadores de información, contenido de calidad, buena usabilidad de las plataformas y presencia más allá de las habituales herramientas sociales, también en nodos específicos que favorezcan la interacción.

Es conocido que toda estrategia dirigida a la promoción de un destino turístico debe trabajar en el objetivo de generar en el viajero una experiencia satisfactoria que refuerce sus lazos emocionales con el destino y favorezca así la recomendación pero el esfuerzo ahora debe ser mayor, debemos salir de la cómoda postura de ser simples ofertadores de destino y abrir el abanico para atender las múltiples posibilidades que el usuario tiene de llegar hasta nosotros.

No hay que olvidar que los turistas ahora toman sus decisiones de compra mientras construyen sus expectativas y esas expectativas, no solo están en un paisaje, plato o habitación de un álbum en una red social, el panorama digital es muy amplio y el usuario por naturaleza, cada vez más curioso.

Por lo tanto a través de la elaboración de esta investigación se reflexiona sobre el estudio realizado para elegir las pautas que guíen a la Comunidad Icalupe hacia el futuro deseado, además de incidir en su mejoramiento económico, así mismo abordar de una forma coherente el impacto socio-cultural del turismo

en la misma. Pero con un mecanismo que permita mantener una visión de futuro, garantizando que se avanza en el sentido o futuro deseado.

Es por eso que podemos decir que si se logró con los objetivos deseados en el transcurso de esta investigación y logramos llevar a cabo cada una de las estrategias de promoción que más se pueden aplicar en la comunidad de Icalupe, así como contribuir con los aspectos deseados.

### Recomendaciones

Parte de las recomendaciones que brindamos para cada una de las personas con las cuales se trabajó a lo largo de este semestre y durante la elaboración del presente proyecto son:

- Formar una cooperativa en la que se establezcan las directrices para tener una buena coordinación. (dirigida a los guías de la comunidad Icalupe).
- Crear las condiciones para una mejor estadía de los turistas, acondicionamiento de los cuartos y áreas de camping. (dirigida a los dueños de las diferentes fincas agro turísticas).
- Crear un equipo de trabajo para mantener siempre bien acondicionado los senderos y las señales existentes. (dirigida a los guías de la comunidad Icalupe e INTUR).
- Al (INTUR) Instituto Nicaragüense de Turismo terminar con la preparación de los guías turístico, que se empezó y no lo han concluido.

- INTUR, ayudar en la difusión del video que se elaboró como parte del trabajo de seminario de graduación.
- Apoyar en la impresión del brochure elaborado por los estudiantes de turismo sostenible. (INTUR)
- Difundir por sus medios la marca ICALUPE (INTUR).
- Institucionalizar las ferias que se realizan en la comunidad y dejar las fechas bien establecidas. (INTUR, Alcaldía y comunidad).
- Realizar capacitaciones y asesoría a los dueños de las fincas agro turísticas. (INTUR).

### Bibliografía

- Castro, R. Q. (2010). *Elementos del Turismo: Teoría, Clasificación y Actividad*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Collantes, X. R. (2000). *Programas de Ideación publicitaria*. Barcelona, España: Servei de Publicacions de Valencia.
- Intur.Gob. (09 de Septiembre de 2016). *Estadísticas de Turismo*. Obtenido de <http://www.intur.gob.ni/estadisticas-de-turismo/>
- Kotler, P., Bowen, J., Rufín Moreno, R., & Paz, R. (2004). *Marketing para Turismo*. Madrid, España: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Marketing, E. d. (lunes de noviembre de 2015). <http://defharo.com/marketing/spot/>. Obtenido de <http://defharo.com/marketing/spot/>: <http://defharo.com/marketing/spot/>
- Rainforest Alliance. (2005). *Buenas practicas para Turismo Sostenible*. Ecuador

