

## **Estrategias de desarrollo turístico sostenible para el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, comunidad Valle de Sonis, municipio de Somoto durante el II semestre 2016.**

Calderón Barreda Evelyn Massiell

Centeno Pérez María Victoria

Moreno Herrera Yerania Sorileth

### **RESUMEN**

Esta investigación determina estrategias de desarrollo turístico sostenible a fin de mejorar la infraestructura y marketing para el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, en la comunidad Valle de Sonis. El enfoque filosófico de la investigación es cualitativo, se aplicaron entrevistas y se trabajó mediante la observación participante para brindar veracidad a la información brindada en el documento. Se recomienda al propietario y trabajadores del Hospedaje, continuar mejorando las instalaciones del establecimiento mediante el aprovechamiento de los recursos existentes, transmitir a los turistas y demás pobladores los conocimientos adquiridos sobre temática ambiental mediante la práctica, fomentarle a las próximas generaciones familiares sobre la importancia del desarrollo de la industria turística para el país, Distribuir la publicidad del hospedaje en las tour operadoras, INTUR, y demás empresas prestadoras de servicios turísticos. El estudio está encaminado a generar capacidades para transformar el sitio, aplicando buenas prácticas ambientales sostenibles que conduzcan al desarrollo de estrategias y aprovechar el potencial existente para promocionarlo como empresa prestadora de servicios competitivos.

**Palabras claves:** Estrategias de desarrollo, producto turístico, buenas prácticas sostenibles, promoción.

---

Este artículo se basa en la investigación titulada Estrategias de desarrollo turístico sostenible para el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam., comunidad Valle de Sonis, municipio de Somoto durante el II semestre 2016 Para obtener el título de Licenciatura en Turismo Sostenible de la UNAN-Managua, FAREM Estelí.

UNAN-Managua FAREM-Estelí, Correo electrónico: evelynmassi@hotmail.com

UNAN-Managua FAREM-Estelí, Correo electrónico: maryvickcp@gmail.com

UNAN-Managua FAREM-Estelí, Correo electrónico: yera.aub@gmail.com

**Strategies of development for sustainable tourism for Rural Lodging Don Bayardo and Family, community of Valle de Sonis, in the municipality of Somoto, II semester of 2016.**

Calderón Barreda Evelyn Massiell

Centeno Pérez María Victoria

Moreno Herrera Yerania Sorileth

**ABSTRACT**

This research determines sustainable tourism development strategies in order to improve the infrastructure and marketing for the Don Bayardo and Fam Rural Lodging in the community in Valle de Sonis. The philosophical approach of the research is qualitative, interviews were applied and work was done through participant observation to provide veracity to the information provided in the document. It is recommended to the owner and workers of the Lodging, to continue improving the facilities of the establishment by taking advantage of existing resources, transmit to the tourists and other settlers the knowledge acquired on environmental issues through practice, to encourage future generations of the family on the importance of the tourist industry development for the country, distribute the advertising of the lodging in the tour operators, INTUR, and other companies providing tourist services. The study is aimed at generating capacities to transform the site, applying good sustainable environmental practices that lead to the development of strategies and take advantage of the existing potential to promote it as a company that provides competitive services.

**Key words:** Development strategies, tourism product, good sustainable practices, promotion.

## INTRODUCCION

En el año 2006 el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, es impulsado por el proyecto Ruta del Café, ejecutado por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) con fondos del Gran Ducado de Luxemburgo, este proyecto benefició directamente a varias familias de la comunidad Valle de Sonis, a través de la donación de camas y equipos necesarios para ejercer la actividad turística en el Cañón de Somoto, con el objetivo de promover la oferta turística de la región norte de Nicaragua para fomentar el desarrollo sostenible y generación de empleos mediante la creación de albergues comunitarios.

Es entonces que en el año 2007 motivados por este proyecto, el propietario del Hospedaje y su familia, deciden ofrecer el servicio de alojamiento y se enfrentan a la actividad turística, a través de la prestación del servicio de alojamiento con el nombre “Hospedaje rural comunitario”, empezando a hospedar a turistas, brindando el servicio de alimentación, recorridos en la comunidad y guiado hacia el Cañón de Somoto. Pero es hasta el 2016 que adquiere el nombre de “Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam”.

Según el propietario Bayardo Soriano la principal problemática que enfrenta actualmente la oferta turística en dicha entidad, está centrada en la inexistencia de promoción y publicidad turística, considerando que esto ha influido a la baja afluencia de turistas que escogen el Hospedaje como lugar de pernocte.

Es de carácter primordial sumar esfuerzos y dirigir investigaciones que tengan como vital tarea, trabajar en pro al progreso local, con un enfoque fundamental en el correcto desarrollo del turismo sostenible, ya que las principales motivaciones del turista actual son aspectos medioambientales; es por ello que se debe procurar su gestión en comunidades locales, puesto que se cree firmemente que el turismo

rural es una de las actividades íntimamente relacionadas con la calidad medio ambiental del entorno en que se desarrolla.

En relación a esto, se considera importante implementar estrategias de desarrollo turístico sostenible en el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, las cuales permitan la mejora de calidad de los servicios ofertados, el incremento de ingresos económicos y el posicionamiento en el mercado turístico nicaragüense e internacional.

A través de estas se pretende contribuir al desarrollo turístico sostenible, para que en un corto o mediano plazo se desarrollen nuevas y mejores experiencias con un sello familiar fortificado e innovador. De esta manera contribuir al impulso del desarrollo local.

Como objetivo principal se planteó, determinar estrategias de desarrollo turístico sostenible a fin de mejorar la infraestructura y marketing para el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam; de la comunidad Valle de Sonis, municipio de Somoto, departamento de Madriz durante el II semestre 2016.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Para llevar a cabo el estudio “Estrategias de desarrollo turístico sostenible para el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, comunidad Valle de Sonis, municipio de Somoto durante el II semestre 2016” se utilizaron fuentes primarias de carácter cualitativo cuyas técnicas de recolección de datos fueron la entrevista y observación participante se realizaron con la intención de indagar sobre las características socio-económicas, medioambientales y turísticas las cuales fueron utilizadas para el análisis de los datos obtenidos, mediante comparaciones de las diferentes opiniones de los informantes y así poder proponer mejoras en el desarrollo turístico del local. El universo de estudio está conformado por: 5 establecimientos de la comunidad Valle de Sonis con características similares al objeto de estudio. La muestra está formada por el Hospedaje Rural

Don Bayardo y Fam, el cual lo conforman 7 personas. El presente estudio se realizó bajo muestreo no probabilístico o por conveniencia. También se hizo una revisión bibliográfica de diferentes libros y trabajos de curso para enriquecer y dar veracidad a la información obtenida durante esta investigación.

## RESULTADOS Y DISCUSION

En esta investigación se han definido teorías relevantes que sustentan el estudio, centradas en turismo rural y crecimiento económico, turismo sostenible como estrategia de desarrollo local, pilares de la sostenibilidad, marketing promoción y publicidad que fueron base para el desarrollo de las estrategias implementadas.

Turismo rural: Según el principio 111 de la declaración de la Haya sobre turismo: “El turismo rural no debe suponer una sobre explotación del entorno natural. Si bien, este tipo de turismo genera impactos positivos, como la estabilización de las poblaciones rurales, la recuperación de productos artesanales y agrarios, el mantenimiento de los valores histórico-artísticos y la conservación de la naturaleza”. (Zapata & Baca Plazaola, 2009, pág. 13)

Los pilares de la sostenibilidad: El desarrollo sostenible del turismo trata de lograr de manera equilibrada, el progreso económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente, los cuales son los pilares fundamentales de la sostenibilidad (ONU, 2016).

Pilar económico: Se refiere al crecimiento estable y duradero, compatible con la sostenibilidad social y ambiental.

Pilar social: Cohesión, equidad en la distribución geográfica del desarrollo y calidad de vida

Pilar ambiental: Uso y gestión responsable de los recursos naturales

Marketing turístico: Es el especializado en las áreas y empresas en torno al negocio del turismo, se encarga de volver atractivos varios sitios diseñados en esta índole, emplea métodos y estrategias para publicitar no solo sitios turísticos sino también hoteles y similares en esta rama. (Rousslin, 2016)

Promoción turística: La idea de promoción turística, por lo tanto, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística. (Pérez Porto & Merino, 2014)

El término se refiere fundamentalmente a las comunicaciones encaminadas a promover productos, destinos y darlos a conocer a sus mercados potenciales, por ejemplo, publicidad, relaciones públicas o marketing electrónico. Casi siempre se refiere a la promoción (SIIMT).

### *Historia del Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam*

En el año 2006 el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, es impulsado por el proyecto Ruta del Café, ejecutado por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) con fondos del Gran Ducado de Luxemburgo, éste proyecto benefició directamente a varias familias de la comunidad Valle de Sonis, a través de la donación de camas y equipos necesarios para ejercer la actividad turística en el Cañón de Somoto, con el objetivo de promover la oferta turística de la región norte de Nicaragua para fomentar el desarrollo sostenible y generación de empleos mediante la creación de albergues comunitarios.

Es entonces que en el año 2007 motivados por este proyecto, el propietario del hospedaje y su familia, deciden ofrecer el servicio de alojamiento y se enfrentan a la actividad turística, con la prestación del servicio de alojamiento con el nombre “Hospedaje rural comunitario”, empezando a hospedar a los

turistas, brindando el servicio de alimentación, recorridos en la comunidad y guiado hacia el Cañón de Somoto.

Cabe señalar que actualmente es el único establecimiento que se mantiene activo desde que se dio inicio al proyecto antes mencionado; permaneciendo en el mercado a través de las recomendaciones que hacen los clientes satisfechos de sus servicios.

En el año 2015, Bayardo y su familia son invitados a formar parte de la Cooperativa de Turismo Comunitario Protectores del Medio Ambiente (COTUCPROMA). Una organización de primer grado que nace jurídicamente en el año 2014 conformada por 16 asociados-as (mujeres y hombres) con sede en el municipio de Somoto, la cual surge con la necesidad de generar oportunidad de empleos a familias campesinas afectadas por el cambio climático.

Por ser el Cañón de Somoto el principal geositio y destino turístico a visitar, son favorecidos como prestadores de servicios, ya que Bayardo Soriano y 3 miembros de su familia, forman parte de los 16 integrantes de esta cooperativa; Jugando un rol muy importante como guías y geoguías turísticos, ofertando el servicio de alimentos y bebidas.

En el año 2016, surge la idea por parte de Bayardo Soriano de cambiar el nombre de Hospedaje Comunitario, a un nombre más representativo que los distinga como pequeña empresa turística, y lo nombran Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam. Actualmente se sigue trabajando de la mano con el INTUR y con la cooperativa COTUCPROMA, trabajando manera independiente como guías locales.

### ***Descripción del producto turístico ofertado en Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam***

Se detallan cada uno de los servicios de la oferta turística del Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, esta información fue recolectada mediante

entrevistas aplicadas y observación participante, lo cual dio lugar a que se realizaran recorridos en el Cañón de Somoto y alrededores de la comunidad Valle de Sonis.

Guiado hacia el Cañón de Somoto: Se oferta el servicio de guiado turístico en el impresionante Cañón de Somoto, los cuales son realizados por los guías turísticos: Bayardo Soriano, Valeska Soriano, Claudia Soriano y Fausto Zelaya, para la realización de estos se tienen precios establecidos ya por el comité de manejo colaborativo Monumento Nacional Cañón de Somoto.

Alojamiento: El establecimiento Hospedaje Don Bayardo y Fam; cuenta con un total de 5 habitaciones, disponibles para la acogida de turistas que visitan la Comunidad, este presenta condiciones básicas como: energía eléctrica, 1 servicio sanitario, 4 camas matrimoniales y 14 individuales, 2 abanicos, 5 dispensadores de agua.

Las condiciones que presenta el hospedaje son confortables, puesto que además de disfrutar de estar en una zona rural, este brinda un ambiente cálido donde el turista goza y se siente como en su casa.

Restauración: El hospedaje también ofrece deliciosos platillos nicaragüenses y bebidas típicas como refrescos naturales.

Camping: El establecimiento cuenta con un área de camping, la cual tiene un costo mínimo de C\$ 80.00 incluyendo tiendas y 50.00 si el turista dispone de esta, el área sede lugar a la permanencia y el disfrute del atractivo Cañón de Somoto.

Parqueo: También se cuenta con un amplio parqueo, permitiéndole al visitante seguridad de sus bienes y protección de su automóvil, el costo de parqueo para los visitantes al hospedaje es gratuito, este opera las 24 horas al día. Se ofrece también servicio de parqueo para casas rodantes.

Tours locales y excursiones por los alrededores: Se ofrecen caminatas hasta tres miradores que posee el Cañón de Somoto, de los cuales se puede disfrutar de una espectacular vista panorámica al municipio de Somoto y la frontera entre Nicaragua y Honduras.

El establecimiento asimismo cuenta con un paquete turístico a ofrecer.

***Estrategia de mejora en la infraestructura básica del hospedaje mediante buenas prácticas ambientales sostenibles.***

Dentro del capítulo III del Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012-2016 contempla las políticas y programas estratégicos. En el lineamiento III.12 se refiere a la protección de la madre tierra, adaptación ante el cambio climático y gestión integral de riesgos y desastres.

Se consideró de suma importancia apegarse a estas estrategias y trabajar de manera coordinada para el desarrollo humano y ambiental de los de los nicaragüenses.

Luego de identificar y describir el producto turístico, para hacer viable el desarrollo de esta estrategia se plantearon retos a corto plazo.

Tomando en cuenta la opinión de los entrevistados, consideraron la importancia de realizar mejora en la infraestructura básica del Hospedaje.

Objetivo de la estrategia: Promover el desarrollo y el mantenimiento de la infraestructura y de los servicios básicos para hacer posible la divulgación del sitio, brindando un servicio satisfactorio, con mejor calidad a través de una oferta diferenciada (sostenible) de los demás hospedajes locales.

**Acciones estratégicas**

**1. Charla de educación ambiental:** Previo al desarrollo de mejoras en la infraestructura

básica del hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, se realizó una charla con la temática “educación ambiental para el desarrollo sostenible local”; considerando de suma importancia dar a conocer información necesaria para la reducción del impacto medio ambiental y la contaminación.

En este proceso participaron trabajadores de la actividad turística en el establecimiento, familiares del propietario, entre ellos niños jóvenes y adultos.

**2. Habilitación de un área de camping:** Como lo especifica la ley de incentivos de la industria turística, un establecimiento que cuente con el servicio de camping debe tener espacios de terreno debidamente delimitados, dotados, acondicionados para su ocupación temporal por turistas y que permita instalar tiendas de campaña.

El Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, cuenta con el servicio de camping rural, el cual se establece como una actividad para ampliar la capacidad de alojamiento y variar la oferta de los servicios,

El área de camping en dicha entidad, cuenta con las condiciones sanitarias mínimas para estos establecimientos de alojamiento turístico, se consideró necesario realizar la habilitación de esta área, con el objetivo de contribuir a la satisfacción del cliente que visita las instalaciones del hospedaje, al mismo tiempo facilitar la estancia temporal en tiendas de campaña, mediante el buen acondicionamiento y delimitación del sitio, de manera que pueda favorecer al incremento de ingresos económicos al lugar y por ende al desarrollo turístico.

**3. Creación de un jardín haciendo uso de desechos sólidos:** Una vez brindada la charla de educación ambiental, se procedió a aplicar una alternativa de aprovechamiento del material plástico y aluminio que se encontraban dentro del hospedaje y sus alrededores, las cuales fueron utilizadas como barreras y masetas en la

construcción de un jardín y un exhibidor de cactus. Incentivando a la familia para que se reutilice los envases después de su uso.

**4. Aprovechamiento de recursos existentes en el medio:** El buen uso y aprovechamiento de los recursos existentes en el medio, es una gran ventaja para cualquier establecimiento prestador servicios, ya que, ayuda a optimizar costos de inversión, al mismo tiempo que proporciona una mejor perspectiva visual en la apariencia de la infraestructura, conservar espacios naturales, de modo que, no hay la necesidad de alterar el equilibrio del entorno, minimizando el impacto ambiental.

De este modo, se encontró en el establecimiento materia prima como madera: troncos y tablas; La idea de reutilizar este tipo de recursos resultó una manera viable para el acondicionamiento, transformando el hospedaje a un efecto rústico y acogedor.

Se elaboraron bancas rústicas, las cuales fueron establecidas alrededor del área de camping, en función de descanso para los visitantes.

Otro uso que se le dio a la madera fue la elaboración de un exhibidor de Cactus como un atractivo ornamental, además de llamar la atención en la práctica de turismo científico puesto que, son abundantes en toda la zona del Cañón.

***Estrategia de promoción del marketing turístico mediante la herramienta de publicidad.***

Para aplicar marketing turístico en función a la promoción del hospedaje se basó en la estrategia de marketing mix que comprende cuatro variables imprescindibles de un negocio: estrategias para el producto, estrategias para el precio, estrategias para la plaza (o distribución), y estrategias para la promoción (o comunicación); debido a la inexistencia de promoción y publicidad turística del hospedaje se tomó la estrategia para la promoción, puesto

que es la principal problemática en el establecimiento, a la cual se le da solución través de a herramienta de publicidad.

La estrategia de promoción cuenta con herramientas de comunicación como: publicidad con diferentes instrumentos: visuales, audiovisuales, presencia activa de las redes sociales.

Previo a la implementación de estrategia de promoción del marketing turístico, se realizó la mejora en infraestructura del hospedaje con acciones sostenibles, para lograr alcanzar mayor público, a través herramientas de marketing como: promoción y publicidad.

**Objetivo de la estrategia:** Incrementar el número de visitantes al sitio por turistas tanto nacionales como extranjeros, logrando el posicionamiento en el mercado local, nacional, e internacional, mediante herramientas de promoción y publicidad, reforzando la imagen del destino en la industria turística desde una perspectiva sostenible.

**Acciones estratégicas:**

**1. Charla de Marketing para la promoción turística:** Se procedió a la preparación de la charla de marketing debido a que el propietario del Hospedaje, manifestó la necesidad de abordar dichos temas, ya que tienen poco conocimiento sobre ello y nunca han promocionado su establecimiento.

Objetivos:

- Brindar información de interés acerca de conceptualización de Marketing turístico.
- Dar a conocer la importancia del marketing para el desarrollo de un negocio.
- Explicar de manera detallada el uso de las redes sociales para la promoción turística.
- Definir las estrategias de promoción más aptas para el establecimiento

**2. Creación de una página en un perfil de Facebook:** Actualmente las redes sociales son los lugares más visitados en internet, que ocupan un lugar privilegiado para las empresas turísticas. El uso de las redes sociales para la promoción y venta de los servicios turísticos es algo cada vez más utilizado, ya que el servicio puede llegar a más público del que podría alcanzar utilizando otros canales de publicidad.

Por consiguiente, en primer lugar, se creó una cuenta de correo electrónico en Gmail, luego se abrió un perfil personal de Bayardo Soriano en Facebook para conectar con amigos, y por ende la Página dentro del mismo, mostrando el negocio con su respectivo nombre “Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.” Donde se pretende interactuar con fans o clientes.

Actualmente está administrada por cinco personas representantes las cuales están en constante interacción y actualización de esta misma.

**3. Diseño de un brochure publicitario:** En un mercado tan competitivo como el actual, es fundamental para los pequeños empresarios tener medios de promoción turística en materia empresarial, que les asegure su permanencia en el mercado de forma rentable, sin duda una buena gestión de marketing puede contribuir al logro del conocimiento de la empresa, servicios, sus características y la confiabilidad de la imagen que se quiere proyectar.

Como medio de comunicación promocional se procedió al diseño y creación de un brochure turístico, para el hospedaje el cual contiene información básica y necesaria para el lector. Este se realizó debido a que un brochure desempeña tres funciones: informativa, publicitaria e identificadora que ayudan a toda empresa turística para incidir directamente en la toma de decisiones de los clientes. Considerándose también, que es una herramienta de marketing eficaz y un excelente

medio de promover el establecimiento, desde su producto turístico.

**4. Diseño de tarjeta de presentación:** Las tarjetas de presentación en el mundo de los negocios son imprescindibles y de suma importancia, ya que como su nombre lo menciona, es la carta de presentación de una persona.

Las tarjetas de presentación ofrecen la oportunidad de crear una buena imagen de tu persona y de la empresa que representas, ya que tiene la personalidad de tu negocio y puede guardarse fácilmente hasta que sean necesarias.

En consideración con esto, se diseñó una tarjeta de presentación del hospedaje con el objetivo de que esta cree una conexión física entre la empresa y el cliente, puesto que es un importante elemento de interacción en el marketing turístico.

Estas se intercambiarán de manera personal por parte de Bayardo Soriano y demás personas del establecimiento, para generar oportunidades de venta del producto turístico, reforzando el contacto entre clientes.

**5. Diseño de una revista turística:** La creación de esta revista surgió de la necesidad del propietario de implementar una adecuada estrategia de comunicación turística para el hospedaje que le permitiera el desarrollo del mismo, por lo tanto se creó una revista de información turística como instrumento visual de publicidad, donde se detalla las actividades a realizar en el hospedaje. Considerando que es de suma importancia brindar información mediante folletos o revistas y situarlos en los hoteles, restaurantes u otros puntos estratégicos de divulgación turística el cual servirá para proyectar el hospedaje a nivel nacional e internacional.

**6. Elaboración de un video promocional:** Los videos y las imágenes son los contenidos que más gustan y más se comparten en las redes



sociales, donde la mayoría de los usuarios buscan información online para la toma de decisiones de que destino turística visitar, es por ello que como prestadores de servicios se debe de hacer uso de estas herramientas para lograr generar captación de clientes.

Con la elaboración de este video, se pretende expandir los horizontes para llegar al público nacional e internacional el cual se presenta en el perfil de la página que se creó en la red social Facebook, de esta manera motivar a los turistas a visitar este majestuoso destino turístico, creando una imagen más detallada de los servicios que se ofrecen en el establecimiento.

## CONCLUSIONES

- El Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam presenta las condiciones básicas para la oferta de diversos servicios turísticos, lo cual lo convierte en una opción favorable que influye en la toma de decisión del cliente al momento de elegir un destino en el municipio de Somoto.
- A través de la mejora en la infraestructura mediante buenas prácticas ambientales sostenible implementadas en el establecimiento, se aprovechará mejor el potencial turístico, recibiendo cada vez más un mayor número de turistas; haciendo más accesible el disfrute de destinos para el turismo rural en Nicaragua y a su vez contribuyendo al desarrollo del hospedaje, logrando la superación económica, ambiental y social.

A través de la observación se logró comprobar durante un periodo de 2 meses la aceptación del público mediante la página diseñada para el hospedaje, cabe mencionar que el propietario está comprometido a divulgar cada uno de los instrumentos de la herramienta de promoción, diseñadas para el establecimiento.

## RECOMENDACIONES

- Continuar mejorando las instalaciones del establecimiento mediante el aprovechamiento de los recursos existentes.
- Separar los desechos sólidos y orgánicos para su aprovechamiento.
- Mantener la calidad de los servicios ofertados.
- Distribuir la publicidad del hospedaje en las tour operadoras, INTUR, y demás empresas prestadoras de servicios turísticos.
- Transmitir a los turistas y demás pobladores los conocimientos adquiridos sobre temática ambiental mediante la práctica.
- Como prestadores de servicios turísticos promuevan jornadas de limpieza en la comunidad y el Cañón de Somoto, motivando a participar a los demás guías turísticos.
- Fomentarle a las próximas generaciones familiares sobre la importancia del desarrollo de la industria turística para el país.
- Continuar formándose como guías profesionales de calidad
- Mantenerse activo en página de la red social Facebook, actualizando la información necesaria para los potenciales clientes.

## BIBLIOGRAFIA

- ONU. (2016). Naciones Unidas. Son su mundo. Recuperé sur Asamblea General de las Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/ga/president/65/iss ues/sustdev.shtml>.
- Pérez Porto , J., & Merino, M. (2014). *promocion turistica*. Recuperado el 17 de septiembre de 2016, de Definición de promoción turística: <http://definicion.de/promocion-turistica/>

Rousslin, J. (abril de 2016). Todo Marketing. Obtenido de <http://www.todomktblog.com/2013/06/mkt-turistico.html>

SIIMT. (s.f.). [www.siimt.com](http://www.siimt.com). Obtenido de [www.siimt.com](http://www.siimt.com): [http://www.siimt.com/work/models/siimt/Resource/5e20adab-d5b4-4434-996e-5af4d4c6e90e/PDF\\_Glosario2.pdf](http://www.siimt.com/work/models/siimt/Resource/5e20adab-d5b4-4434-996e-5af4d4c6e90e/PDF_Glosario2.pdf)

Zapata, S. S., & Baca Plazaola, R. E. (2009). Definición de la política y estrategias

para el Turismo Rural Sostenible de Nicaragua. Managua: INTUR.