Estelí 13 enero 2017

CARTA AVAL

La presente deja constancia de que el informe tesis de investigación que lleva por

título "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".

Cumple con los requisitos académicos básicos, metodológicos y científicos para

ser presentada en el acto de defensa.

Las autoras de este trabajo son las estudiantes:

• Br. Calderón Barreda Evelyn Massiell

Br. Centeno Pérez María Victoria

• Br. Moreno Herrera Yerania Sorileth

Quienes durante el transcurso del semestre demostraron responsabilidad,

dedicación, ética y conocimiento sobre la temática, en la relación de este estudio.

Esta investigación fue realizada en el segundo semestre 2016, en la asignatura de

seminario de graduación, el mismo cumple con los objetivos generales y

específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, que

contempla un total de 60 horas y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que la investigación realizada por las estudiantes será de mucha

utilidad a los tomadores de decisión, la comunidad estudiantil y a las personas

interesadas en la temática.

Atentamente:

MSc. Arelis Esmeralda Moreno López

Maestro tutor.

Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua

UNAN-Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria

FAREM-Estelí



Seminario de graduación para optar al título de Licenciatura en Turismo Sostenible

"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".

Autoras

•	Br. Calderón Barreda Evelyn Massiell	09051920
•	Br. Centeno Pérez María Victoria	12054296
•	Br. Moreno Herrera Yerania Sorileth	12052173

Tutora

Msc. Arelis Esmeralda Moreno

Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua UNAN-Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria

FAREM-Estelí



Departamento de Ciencia, Tecnología y Salud

Recinto Elmer Cisneros M.

Seminario de graduación para optar al título de Licenciatura en Turismo Sostenible

"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"



DEDICATORIA

No triunfa quien no tuvo momentos difíciles, triunfa el que pasó por ellos, luchó y venció, porque confió en Dios para lograrlo... (Anónimo)

Dedicamos este trabajo primeramente a Dios por la sabiduría, la vida, salud y conocimiento, también a nuestros padres quienes a lo largo de este recorrido han velado por nuestro bienestar y educación, siendo ellos apoyo fiel en todo momento, a nuestra familia, amigos y demás seres queridos quienes estuvieron acompañándonos a lo largo de esta travesía.

También a Bayardo Soriano por su disposición y colaboración en la realización de este trabajo; esperando que sea de mucha utilidad para la familia. Gracias por su humildad y acogernos en su hermoso hogar.



AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradecerle a nuestro padre celestial Dios, por ayudarnos en el proceso de estudio durante estos cinco años de la carrera, porque cada vez que nos encontramos con tropiezos él nos tomó de las manos, siendo él quien depositó sabiduría, amor y comprensión sobre nosotras, para hoy en día finalizar nuestros estudios con esta investigación que nos llena de orgullo.

Este trabajo es el resultado del esfuerzo, la lucha y la armonía que se ha logrado en nuestro quehacer estudiantil, nosotras Evelyn Calderón, Victoria Centeno y Yerania Herrera, quienes a lo largo de este recorrido, hemos puesto a prueba nuestras capacidades y conocimientos en el desarrollo de esta investigación, la cual, hemos finalizado llenando todas nuestras expectativas en la carrera de Turismo Sostenible. A Don Bayardo Soriano por permitirnos trabajar en conjunto de su familia, es seguro que nos quedamos con grandes recuerdos que atesoraremos en nuestros corazones; agradeciéndoles especialmente a las maestras Lic. Miriam Toruño, MSc, Arelis Moreno, MSc. Delia Moreno y MSc. Isolina Tinoco por su valioso aporte científico para la elaboración de este trabajo.

Quiero agradecer infinitamente a mis padres por su apoyo incondicional en toda la trayectoria de mi vida ya que sin ellos habría sido difícil cumplir ésta y muchas metas más. A mi esposo por motivarme a no rendirme y continuar creciendo profesionalmente, por enseñarme que cada día de la vida es una oportunidad de aprender para ser un mejor ser humano. Le agradezco a todas las personas que han creído en mí durante estos últimos años y me han abierto las puertas para continuar formándome como profesional consiente y responsable.

Evelyn Calderón Barreda

Primeramente agradezco a Dios, quien me dio la vida hasta llegar a la cúspide de mi primera meta como estudiante, por darme la sabiduría y hacer posible la realización de mi estudio, a mis padres Víctor Centeno y Fidelia Pérez que son mis mayores motores en la vida con su amor incondicional, depositando su confianza en mí, mis hermanas por su apoyo, ya que es también gracias a ellas mi carrera profesional, a mis compañeras de investigación por compartir esta inolvidable experiencia en conjunto con la familia Soriano, quienes con mucha humildad y calor, nos acogieron confiando en nuestra labor y potencial, amigos que a lo largo de la carrera se prestaron sin condición para apoyarme en los momentos más difíciles.

María Victoria Centeno Pérez.

Agradezco inmensamente a Dios por haberme brindado las fuerzas para culminar esta gran etapa en mi vida, puesto que él fue el guiador en este camino, a la virgen María, por cada vez que me sentí agotada y me refugie en su tierno amor de madre, también agradeciéndole infinitamente a mis padres Sorileth Herrera Romero y Deglis Moreno Benavidez, quienes han sido mi inspiración para realizar cada meta de mi vida, a mi familia, seres queridos, amigos y demás personas que me acompañaron en la realización de este sueño. Agradeciéndole a Jean-François Aubert, quien nos apoyó en el inicio de nuestra fase de ayudantía, trabajando de manera conjunta y gracias en general por todo su apoyo.

Yerania Sorileth Moreno Herrera.



RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio se realizó en la comunidad Valle de Sonis, a 13 km del municipio de Somoto, orientado a determinar estrategias de desarrollo turístico para el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam; que contribuyan al progreso de este, el cual se efectuó durante el semestre X de la Licenciatura de Turismo Sostenible del 2016.

La metodología utilizada es cualitativa descriptiva, ya que describe el producto turístico existente en el lugar de estudio, y se aplicaron técnicas e instrumentos para la recolección de información como: la observación participante y entrevistas dirigidas a actores claves seleccionados en base a criterios establecidos.

El estudio partió de un análisis FODA, que permitió la identificación de los principales elementos que influyen en el desarrollo turístico del establecimiento, comprender el potencial y los retos actuales, para posteriormente implementar las estrategias de desarrollo turístico generadas en el proceso que conlleva esta investigación.

También se hizo una descripción de los servicios turísticos para conocer el potencial existente que orientara las estrategias más viables de desarrollo de los mismos, encaminadas a mejorar la calidad de la oferta, la infraestructura básica, tomando en consideración la habilitación de un área de camping con el interés de ampliar la capacidad de alojamiento.

En el marco de los resultados se efectuaron acciones como charlas de educación ambiental para el desarrollo sostenible y marketing para la promoción turística, así como la creación de un jardín, la recolección de diferentes plantas ornamentales, el reuso de material del medio y la rotulación.

Por último, se implementó la estrategia de promoción del marketing turístico, que comprendió generar capacidades en los trabajadores del hospedaje, la creación de una página en un perfil de Facebook, y el diseño de material de divulgación que ha facilitado la proyección del sitio.



INDICE

DED	ATORIA	
AGR	DECIMIENTOS	
RES	MEN EJECUTIVO	
INTR	DUCCIÓN	1
ANTI	CEDENTES	3
JUST	FICACIÓN	5
PLAN	EAMIENTO DEL PROBLEMA	7
PRE	JNTAS DIRECTRICES	g
OBJE	TVOS	10
	əral	
Es	ecíficos	10
l. (APÍTULO: Contexto del estudio	11
1.1	Caracterización del municipio de Somoto	11
1.2	Caracterización general de la comunidad Valle de Sonis	14
1.3	Situación actual del turismo en la comunidad Valle de Sonis	18
1.4	Caracterización general del Monumento Nacional Cañón de Somoto	19
II. (APÍTULO: Marco teórico	27
2.1	Generalidades del turismo	27
2.2	Generalidades del marketing turístico	38
2.3	Turismo rural y crecimiento económico	45
2.4	Turismo sostenible como estrategia de desarrollo local	
2.5	Geoparque Rio Coco	49
2.6	Pilares de la sostenibilidad	51
2.7	Marketing, promoción y publicidad	
DISE	O METODOLÓGICO	
-	Enfoque filosófico de la investigación	
-	Tipo de Investigación	57
-	Universo y muestra	57
_	Informantes claves	50





	Méto	dos o	técnicas de recolección y el análisis de datos	. 59
	-	Las té	cnicas de investigación	. 59
	-	Instrui	mentos de recolección de datos	. 60
	-	Proce	samiento y análisis de los datos	. 60
	-	Equip	os utilizados para la recolección de información	. 61
	-	Fuent	es de recopilación documental	. 61
	-	Consi	deraciones éticas	. 61
	-	Proce	so metodológico por fases	. 62
	Anál	isis F0	DDA aplicado al establecimiento "Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam	. 69
III.		CAPÍT	ULO: Resultados	. 72
	3.1. Fam		cripción del producto turístico ofertado en Hospedaje Rural Don Bayardo y	,
	3.	1.1.	Historia del Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam	. 73
	3.	1.2.	Descripción del producto turístico	. 75
	3.	1.3.	Paquete turístico ofertado en Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam	. 83
	3.2. prác		ategia de mejora en la infraestructura básica del hospedaje mediante buer Imbientales sostenibles	
	_	2.1. stenib	Acción estratégica 1. Charla de educación ambiental para el desarrollo le local	. 87
	3.2	2.2. Ad	cción estratégica 2. Habilitación de área de camping	. 90
		2.3. Iidos	Acción estratégica 3. Creación de jardín haciendo uso de los desechos 96	
		2.4. edio	Acción estratégica 4. Aprovechamiento de los recursos existentes en el 100	
	3.3. publi		rategia de promoción del marketing turístico mediante la herramienta de	110
	3.3	3.1.	Acción estratégica 1. Charla de marketing turístico	111
	3.3	3.2.	Acción estratégica 2. Creación de una página en un perfil de Facebook	113
	3.3	3.3.	Acción estratégica 3. Diseño de brochure turístico	120
	3.0	3.4.	Acción estratégica 4. Diseño de tarjeta de presentación	123
	3.0	3.5.	Acción estratégica 5. Diseño de revista turística	124
	3.0	3.6.	Acción estratégica 6. Elaboración de video promocional	129
CC	ONC	LUSIC	DNES	131



Estrategias de desarrollo turístico para el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.

RECOMENDACIONES	132
ANEXOS	134
ACRÓNIMOS	150
GLOSARIO	152
BIBLIOGRAFÍA	153



TABLA DE CONTENIDOS Y FIGURA

	págs.
Foto 1. Camino hacia el Cañón de Somoto	15
Foto 2. Visita al cañón de Somoto	25
Tabla 1. Caracterización del municipio de Somoto	11-13
Tabla 2. Área y porcentaje del Cañón pertenecientes a Somoto y San Lucas	21
Figura 1. Pilares de la sostenibilidad	37
Tabla 3. Proceso metodológico por fases	62-64
Tabla 4. Observables de investigación	65-68
Figura 1. Análisis FODA	69-70
Tabla 5. Descripción del producto turístico Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam	75-82
Tabla 6. Paquete turístico ofertado en el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam	83-84
Figura 3. Delimitación del área de camping	91
Figura 4. Diseño y medida del área de camping	92
Tabla 7. Creación de jardín ecológico	97-98
Tabla 8. Elaboración de bancas con recursos del medio	101-102
Tabla 9. Elaboración de exhibidor de cactus	103-106
Tabla 10. Rotulación y señalización	107-107
Tabla 11. Agenda para la ejecución de charlas	141
Tabla 12. Desarrollo metodológico de temáticas de charlas	142



INTRODUCCIÓN

El Plan Nacional de Desarrollo Humano (PNDH 2012-2016), en el marco de la política de fomento del turismo plantea que, es necesario "continuar fortaleciendo la industria turística como uno de los ejes de crecimiento para el país" (GRUN, 2012-2016, pág. 127). Esto permite la conservación del medio ambiente y la participación de la comunidad, particularmente en la gestión turística del territorio.

A través de diversos lineamientos del mismo plan, se estimula la inversión público-privada en el sector para el mejoramiento de la oferta turística. Entre estos se encuentra, "el fomento del turismo" el cual, es de suma importancia para el desarrollo rural como herramienta para reducir la pobreza.

Con base a los planteamientos anteriores y atendiendo las necesidades del desarrollo de los sitios turísticos en la región norte, se inicia un proceso de investigación durante el Semestre X de la carrera Turismo Sostenible, en el hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, con una experiencia de 10 años de funcionar como prestadores de servicio de alojamiento, restauración y guiado hacia el Cañón de Somoto.

Sin embargo este sitio carece de promoción y publicidad turística que permita ampliar su proyección a un mercado más amplio, además de la nula implementación de buenas prácticas ambientales sostenibles, que desfavorece al medio ambiente y al buen desarrollo de la actividad turística.

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 como empresa prestadora de servicios competitivos.

La metodología fue altamente participativa ya que involucró a todos los trabajadores del establecimiento permitiendo la interacción de estos a través de las entrevistas y demás técnicas aplicadas.



El documento se ha estructurado en III acápites que contemplan en el I capítulo el Contexto de la investigación, el II capítulo Marco teórico, el III capítulo Resultados, finalizando con las Conclusiones del estudio y Recomendaciones.

Las teorías relevantes que sustentan el estudio están centradas en turismo rural y crecimiento económico, turismo sostenible como estrategia de desarrollo local, pilares de la sostenibilidad, marketing promoción y publicidad que son base para el desarrollo de las estrategias implementadas.

Finalmente, las estrategias planteadas contribuirán al fortalecimiento del desarrollo local turístico de la región norte de Nicaragua y futuros proyectos impulsados a través del INTUR, transformando los pequeños negocios para lograr un incremento de la oferta turística.



ANTECEDENTES

A nivel internacional, el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) conformado por los Ministros y Autoridades de Turismo de la región y la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) presentaron el "Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica 2014-2018", con el objetivo de impulsar los acuerdos regionales y el proceso de integración turística centroamericana.

El Plan consiste en dar a conocer la relevancia que tiene el desarrollo turístico en la región como parte del fortalecimiento del proceso de integración regional, teniendo como áreas estratégicas el Mercadeo y Promoción, Políticas de Prioridad del Turismo como actividad económica y calidad y sostenibilidad. El documento fue aprobado el 28 de noviembre del 2014 por los Ministros de turismo de los países centroamericanos en Punta Cana. (Cerón , 2014)

A nivel nacional, en el año 2007 la Cooperación de Luxemburgo en conjunto con INTUR, inició el proyecto denominado "Ruta del Café", formando parte de la estrategia nacional de rutas turísticas de Nicaragua. En este sentido el programa indicativo de cooperación, tiene como objetivo general el desarrollo socioeconómico local a través del turismo como actividad económica, para esto se seleccionaron los departamentos de Madriz, Estelí, Matagalpa y Nueva Segovia, según los datos obtenidos, se elaboraron 26 planes de desarrollo turístico municipales identificándose 28 circuitos turísticos, se construyeron 31 proyectos, centros de información turística, entre otros.

A nivel regional en el año 2014, la Cooperativa de Turismo Rural Comunitario (COTUCPROMA) conforma a 16 asociados- as, con el propósito de contribuir al mejoramiento de calidad de vida de los asociados-as y comunitarios aledaños a la cuenca del Rio Coco, quienes a través de la prestación de servicios turísticos, procesos de formación en artesanía y comercialización de productos, entre otras actividades, impulsan los principios de respeto al medio ambiente e identidad



cultural; promoviendo de esta manera el turismo rural en todo el departamento de Madriz.

A nivel local se realizó un trabajo monográfico titulado "planificación de los recursos y servicios turísticos y potenciales en el Cañón de Somoto, como una estrategia de desarrollo sostenible en el área protegida de Somoto, comunidad Valle de Sonis, agosto-noviembre 2011, en el cual se plantea como objetivo general planificar los recursos y servicios turísticos actuales y potenciales en el Monumento Nacional Cañón de Somoto. (Alfaro & Gonzalez, 2011)

En Junio 2016 se realizó un trabajo monográfico titulado "Análisis de los impactos socio-económicos generados por el turismo en las comunidades aledañas al Monumento Nacional Cañón de Somoto", las cuales se plantearon como objetivo general analizar los impactos socioeconómicos generados por el turismo en las comunidades aledañas al Monumento Nacional Cañón de Somoto y como conclusión constataron que los habitantes de las comunidades poseen conocimiento sobre los beneficios y afectaciones que son generados con el turismo. (Aguilar & Gadea, 2016)

En el proceso investigativo no logro encontrarse estudios relacionados directamente al hospedaje, se afirma que es el primer estudio realizado sobre la temática "Estrategias de desarrollo Turístico Sostenible para el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam. Comunidad Valle de Sonis, municipio de Somoto en el segundo semestre 2016" el cual se convierte en un nuevo antecedente a futuras investigaciones.



JUSTIFICACIÓN

Nicaragua es un país con una exuberante riqueza natural y una privilegiada posición geográfica apta para la práctica de actividades turísticas. En la actualidad presenta una serie de inversiones turísticas gubernamentales, privadas y exteriores que han venido a enriquecer el desarrollo de la actividad turística del país, puesto que se han articulado esfuerzos de todos los empresarios turísticos municipales, instituciones de gobierno, universidades, comunidades y protagonistas de la economía familiar para enfrentar los retos de esta industria en el futuro.

Con orientación del Presidente de la República, Comandante Daniel Ortega y la Compañera Rosario Murillo, el INTUR como organismo rector y facilitador de nuevas iniciativas, ha venido promoviendo diferentes rutas turísticas a través de diversas estrategias nacionales con apoyo financiero de organizaciones de países y bancos multilaterales, entre estas se encuentran la Ruta del Café y la Ruta del Agua.

Dentro de los territorios de estas dos Rutas, se encuentra el atractivo turístico Monumento Nacional Cañón de Somoto, el cual es uno de los principales sitios de interés geológicos para turistas, en donde se desarrolla el turismo rural desde hace varios años existiendo iniciativas turísticas por parte de empresarios privados y colectivos como parte de la oferta de turismo rural en el territorio.

Sin embargo se presenta la necesidad de trabajar en ámbitos de diversificación de la oferta turística, mejorando la infraestructura de destinos turísticos que permita acceder a mercados con mayor capacidad de gasto para el turista; también es necesario incentivar la práctica de actividades culturales y deportivas en vista de que Nicaragua tiene potencial para que se desarrollen ampliamente.



El Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, está situado en la comunidad Valle de Sonis, municipio de Somoto departamento de Madriz. Forma parte de la cooperativa COTUCPROMA, la cual se centra en la promoción de un circuito turístico que se encuentra vinculado al gran proyecto "Geoparque Rio Coco", a raíz de esto, por parte de Bayardo Soriano propietario del hospedaje y demás trabajadores, surge la necesidad que se efectúen alternativas que ayuden a mejorar el desarrollo del establecimiento.

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.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La oferta turística en territorios rurales del país se encuentra manejada por iniciativas individuales y colectivas. Sin embargo, se considera que la problemática principal en la región norte en relación a las demás regiones, es el poco aprovechamiento de los recursos turísticos existentes y la poca coordinación entre los distintos actores involucrados en esta actividad.

Dentro de esta región se encuentra el Monumento Nacional Cañón de Somoto considerado el principal atractivo y uno de los destinos más interesantes e importantes del norte del país que motiva la visita a la comunidad Valle de Sonis, cobrando mucha relevancia en la situación actual de la oferta turística local, ya que tiene un impacto directo en las familias de la población, en el desarrollo ambiental, cultural y socioeconómico de sus habitantes como generador de empleo.

Este se posiciona cada vez más ya que aumenta año con año su caudal de visitantes, gran parte de estos son turistas extranjeros. La meta total proyectada de visitantes para el año 2015, era de 25,000 visitantes, la cual fue superada al cierre del mes 11 en el año 2015, con un total de 25,261 visitas (INTUR, 2015).

El turismo rural en la comunidad ha dado pie a la creación de pequeños negocios turísticos como hospedajes, fincas turísticas, paradores de servicio de restauración, servicios de guiados, y entre estos se encuentra el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.

No obstante, la principal problemática que enfrenta actualmente la oferta turística en dicha entidad está centrada en la inexistencia de promoción y publicidad turística, Bayardo Soriano como propietario considera que esto ha influido a la baja afluencia de turistas que escogen el hospedaje como lugar de pernocte¹.



Otra problemática es la nula implementación de buenas prácticas sostenibles que desfavorece la oportunidad de guiar el establecimiento en la línea de la sostenibilidad que adopte prácticas de gestión sostenible, efectivas y sobre todo viables.

Por consiguiente, es necesario fortalecer la oferta turística de una manera más atractiva, prestando servicios que atiendan las necesidades básicas de los turistas, en este caso es imprescindible un modelo de hospedaje rural de calidad encaminado a la sostenibilidad, dado que, al implementar estrategias de desarrollo turístico es posible un mayor número de visita a sitio, por ende, el incremento de ingresos económicos.



PREGUNTAS DIRECTRICES

A partir de lo antes planteado, surge una pregunta general:

¿Qué estrategias permitirán el desarrollo turístico sostenible en el Hospedaje Rural don Bayardo y Fam?

Asimismo, surgen las siguiente sub-preguntas:

- 1. ¿Cuáles son los servicios que conforman el producto turístico en el Hospedaje Don Bayardo y Fam?
- 2. ¿Qué acciones de gestión sostenible se pueden implementar en el hospedaje para desarrollar la mejora de la infraestructura?
- 3. ¿Qué estrategia de marketing turístico es la más factible para implementar en el establecimiento?



OBJETIVOS

General

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.

Específicos

- 1. Describir el producto turístico "Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam".
- 2. Realizar mejoras en la infraestructura básica del hospedaje mediante buenas prácticas ambientales sostenibles.
- 3. Implementar una estrategia de promoción del marketing turístico que permita la proyección a un mercado más amplio.



I. CAPÍTULO: Contexto del estudio

En los siguientes apartados se presenta información valiosa, recolectada a lo largo del proceso investigativo.

1.1. Caracterización del municipio de Somoto

Caracterización del municipio de Somoto.

Tabla 1. Fuente: Héctor Orlando Rodezno (Promotor turístico INTUR- Madriz)

Nombre del municipio y departamento	Somoto, cabecera departamental de Madrid			
Fundación del municipio	La fundación de "TEPESOMOTO" o propiamente en lenguaje indígena chorotegano "TEPECXOMOTL", que quiere decir "Cerro de los gansos". Haciendo fe del relato de Fray Alonso de Ponce, Comisionario franciscano, informa que en el año de 1585 cruzo la región de norte a sur, viajando con procedencia de México hacia la ciudad de Granada; que ya este pueblo nuestro tenía mucho tiempo de existir.			
Posición geográfica	Se encuentra en la parte Oeste del departamento de Madriz, entre las coordenadas 13º 25' latitud norte y 86º 35' de longitud oeste.			
Límites	Al Norte: Con los municipios de Santa María y Macuelizo. Al Sur: Con los municipios de San Lucas y Pueblo Nuevo Al Este: Con los municipios de Yalagüina y Totogalpa Al Oeste: Con la República de Honduras.			
Distancia desde la capital	A 216 kilómetros de Managua			



Superficie	Superficie 474 Km ² .			
Altitud	Tiene una altura promedio de 700 msnm.			
Relieve	El punto de mayor altura lo representa la cima del Cerro/Volcán de Tepesomoto con 1,730 metros sobre el nivel del mar, ubicado al Sur de la ciudad de Somoto; un segundo punto importante por su altura es el Cerro El Apante con 1,585 m.s.n.m. y el punto más bajo se ubica en las llanuras del río Coco.			
Densidad poblacional	Actualmente la población del Municipio está constituida por 35,943 habitantes con una tasa anual de crecimiento de 3.1%, el 62% de su población es urbana con 22,318 habitantes y el 38% es rural con 13,625 habitantes. Del total de población, 19,241 son mujeres para un 54% y el resto (16,703) son hombres para un 46%, lo que indica promedios ligeramente superiores a la Nacional que oscilan en un 51% las mujeres y un 49% de hombres.			
División política	Somoto está compuesto por 24 barrios urbanos y			
administrativa	52 comunidades rurales.			
Clima	La temperatura media anual es de 24. 5º C, con una oscilación media de 3. 9º C. El período más caluroso ocurre desde marzo hasta junio y el más fresco desde diciembre hasta febrero. Las medias mínimas varían entre 16-21º C y las medias máximas entre 28-32º C.			
Actividades económicas	La agricultura es la principal actividad económica del Municipio, con una producción de granos básicos (maíz, frijoles, sorgo), a menor escala se produce café y henequén para consumo tanto a			



nivel local como nacional.				
	La actividad pecuaria (ganado vacuno, ganado			
	menor y caprino) está en proceso de reactivación.			
	La economía a nivel de ciudad descansa en la			
	actividad terciaria, identificándose una buena			
	cantidad de establecimientos comerciales.			
	Recurso hídrico: El Río Coco es el río más largo			
	de Centroamérica, mide más de 700 Km. y en			
	parte de su curso se convierte en línea fronteriza,			
	dividiendo Honduras de Nicaragua. Este río corre			
	aproximadamente 24 Km. dentro del territorio			
Paisaje Natural	municipal de Somoto, identificándose en parte de			
	su curso, lo que se denomina como "Cañón de			
raisaje Naturai	Somoto", sitio de gran belleza paisajística por los			
	farallones de gran altura que conforman el sitio.			
	Paisajes montañosos: Caracterizados por			
	bosques de pino y robles encinos, creciendo en			
	forma natural en las partes más elevadas del País.			
	Vegetación: está conformada principalmente por			
	matorrales y nebliselva en las cumbres altas.			



1.2. Caracterización general de la comunidad Valle de Sonis

Las autoras (Hidalgo & Vasquez, 2015, págs. 45-49) poseen en su investigación, información valiosa sobre la comunidad Valle de Sonis, la cual será transcrita en el siguiente apartado, puesto que esta caracterización es la más detallada que se encontró durante el proceso de indagación sobre la comunidad, seleccionándose la información considerada especifica.

Posición geográfica

La Comunidad Valle de Sonis se ubica a unos 13 km al este de la ciudad de Somoto, entre los caseríos de El Espino, Las Papayas y El Guayabo. Se localiza unos 240km al noroeste de la ciudad de Managua y a 7 km de la frontera entre Honduras y Nicaragua. En vehículo particular partiendo de Managua se toma la carretera Panamericana norte en dirección hacia la frontera con Honduras, después de aproximadamente 3 a 3 ½ horas de recorrido se llega a la ciudad de Somoto, pasando por el puesto fronterizo de El Espino, y a la altura del km 230 se llega a la entrada al cañón y por ende a la comunidad Valle de Sonis.

Límites

- Al Norte con comunidad Las Papayas
- Al Sur comunidad de San Pedro, municipio de San Lucas
- Al Este comunidad El Portón
- Al Oeste comunidad La Playa, municipio de San Lucas.

Situación económica

La comunidad está compuesta en su gran mayoría por campesinos dedicados a la agricultura maíz, frijol y sorgo, como también cultivo de hortalizas ubicadas en las riveras del Rio Coco y en pequeña escala se dedican a la ganadería, 66.27% de las familias trabajan en este tipo de labor, la cual se considera un empleo temporal debido a que luego de las cosechas los hombres quedan desempleados. El 15.06% tienen empleos permanentes, y un 23.40% de las familias tienen miembros que viajan a otro país.



La comunidad cuenta con una granja de pollos ubicada sobre la carretera panamericana, en la salida hacia el punto fronterizo El Espino.

El 42.42% de las familias tienen ingresos mensuales inferiores a los C\$500 y solamente un 21.21% de las familias tienen ingresos mayores a los C\$1000. En caso de la población con empleo temporal, sus mayores ingresos los tienen de la cosecha y corte de café de lo cual deben subsistir los meses que no trabajan.

Aspectos Socioeconómicos

Se encontró que dicha comunidad cuenta con los siguientes recursos:

- Una escuela de primaria
- Servicio de agua potable
- Servicio de energía eléctrica
- Paneles solares (en algunas viviendas)
- Una caseta de información turística
- Una iglesia
- Un campo de fútbol
- Red de telefonía celular claro



Fuente propia: Foto № 1 Camino hacia Cañón de Somoto, comunidad Valle de Sonis



Salud

La atención en el área de la salud se cubre desde la cabecera departamental de Somoto, en la comunidad no se cuenta con puesto de salud, ni con base para atención médica, pero existen brigadistas de salud altamente capacitados.

Educación

El centro de educación Rafaela Herrera cuenta con tres docentes y su matrícula escolar se compone de 43 niños y 35 niñas para un total de 78 estudiantes de primaria.

El Centro cuenta con agua potable, energía eléctrica y las instalaciones tiene una estructura aceptable, puesto que es de construcción reciente, se encuentra en buen estado; tiene siete aulas de clases, una de ellas es usada como la dirección, otra se usa como bodega, tiene dos servicios sanitarios y una cocina.

Energía eléctrica

El 95% de la Comunidad cuenta con el servicio de energía eléctrica, el 5% restante corresponde al sector Las Culebras, en toda la comunidad no hay servicio de alumbrado público, por lo que los sectores permanecen a oscuras por la noche.

Agua y saneamiento

La Comunidad se abastece de agua para su consumo y actividades domésticas de 4 pozos comunales perforados por la ATC y COSUDE, respectivamente, en el año 2011 se ejecutó un proyecto de agua potable por PRODEL, y la alcaldía de Somoto, ahora la mayoría de las viviendas son abastecidas durante dos horas del servicio día de por medio.

Transporte

La principal vía de acceso de la Comunidad es la carretera hacia la frontera El Espino, los habitantes de Sonis hacen uso del transporte colectivo que se dirige a la frontera en diferentes horarios de manera consecutiva en el transcurso del día,



también existe el servicio de taxi hacia la Comunidad, por el buen estado de la carretera y la cercanía de la ciudad de Somoto.

Recursos naturales y situación ambiental

Al llegar a la comunidad de Sonis se puede apreciar una maravillosa vista panorámica lo que se le atribuye a su posición geográfica, posee diversos atractivos naturales y culturales en su mediano territorio, compuesto por altos valles interrumpidos por montañas en donde predominan frescas temperaturas, su bosque de pinos lo hace poseedor de especies florísticas y faunísticas, posee estructuras geológicas de carácter lineal y morfología circular asociadas a relictos² de antiguos y recientes, estos pueden encontrarse en el Monumento Nacional Cañón de Somoto.

La comunidad posee recursos hídricos con una elevada dinámica fluvial que ha modelado laderas erosivas en los valles de los ríos Coco, Comali y Tapacali; muy bien representada en el cañón del rio Coco en donde presenta paredes verticales.

Las causas están encaminadas a la preservación de la riqueza natural que posee este valle, desde el Instituto Nicaragüense de Turismo, se impulsan capacitaciones ambientales y jornadas de limpieza en los que se incluye no solo el cañón sino en toda la comunidad, sus pobladores se involucran activamente en dichas actividades (Hidalgo & Vasquez, 2015).



1.3. Situación actual del turismo en la comunidad Valle de Sonis

En el siguiente apartado se hace una breve descripción de la situación actual del turismo en la comunidad Valle de Sonis.

En esta zona el turismo es la segunda fuente de ingresos económicos debido a que tiene un impacto directo en las familias de la población local, influyendo en el estilo de vida de sus habitantes; sin duda esta actividad ha generado la creación de pequeños negocios turísticos.

Actualmente están en función de la actividad turística cinco establecimientos que brindan servicios similares como: hospedaje, guiado al Cañón y restauración entre ellos se encuentra el Hospedaje.

Se han hecho nuevas inversiones turísticas públicas para el fortalecimiento del turismo en el Cañón de Somoto como: La construcción de una caseta para la exhibición y venta de artesanías; la cual viene a complementar y dar respuesta a demandas necesarias para satisfacer las necesidades de los turistas. De esta manera las familias de la Región Norte Las Segovias tienen la oportunidad de ofrecer sus productos de una forma más organizada.

Así mismo existe una caseta de información, registro y control de turistas que ingresan al sitio, el cual está monitoreado por guarda parques. Aquí es el punto de reunión de los guías turísticos locales donde esperan a recibir a los visitantes y brindar sus servicios.

La biodiversidad, belleza escénica, la zona geológica y el contacto con la naturaleza, permite al turista la oportunidad de atesorar recuerdos inolvidables en una zona de disfrute y descanso donde los habitantes acogen a los turistas de una manera hospitalaria.



1.4. Caracterización general del Monumento Nacional Cañón de Somoto

En el siguiente apartado se presenta información valiosa acerca del Cañón de Somoto, datos que han sido brindados por Héctor Orlando Rodezno (promotor turístico de INTUR- Madriz, esta fue recolectada de los documentos: plan estratégico de desarrollo turístico de Madriz PEDTDM y el Plan de manejo del Monumento Nacional cañón realizado entre Enero 2007-2008. (Madriz, 2007-2008)

El Monumento Nacional Cañón de Somoto establecido por la Ley 605 en diciembre de 2006 por la Asamblea Nacional de la República de Nicaragua es un sitio único por su paisaje, su formación, su geología y su antigüedad. El valle rocoso del Cañón de casi cinco kilómetros de largo y por cuyo fondo corre el río Coco, el río más largo de Centroamérica, con paredes que alcanzan en algunos puntos 250 metros de altura, la vegetación que caracteriza esta zona es de tipo tropical seco y sub-tropical. Conforma una geomorfología única en Nicaragua y rara en la región centroamericana.

Es un Área Protegida de gran belleza paisajística, donde se yerguen majestuosas paredes de roca sólida de más de 100 mts de altura, en donde aves como chocoyos, gavilanes, ojoques, garzas hacen sus nidos, con sus vecinos: Los murciélagos y gran variedad de plantas como orquídeas, bromelias, agaves y cactus que adornan el medio junto con un sinnúmero de multicolores mariposas e insectos.

Por su monumental paisaje concentrado en un pequeño territorio en manos de pequeños propietarios y el Estado, cuenta con condiciones para transformarse en el principal destino turístico del norte de Nicaragua. Al mismo tiempo puede y debe desarrollarse un turismo con fines educativos y recreativos en manos de la gente y alcaldías para beneficio de la gente local.

El recorrido es de aproximadamente unos 4.7 Km, en este recorrido se puede conocer el encuentro de los ríos Tapacalí y Comalí, que en medio del cañón dan nacimiento al río más grande de Centroamérica el Río Coco, en donde en cuyas

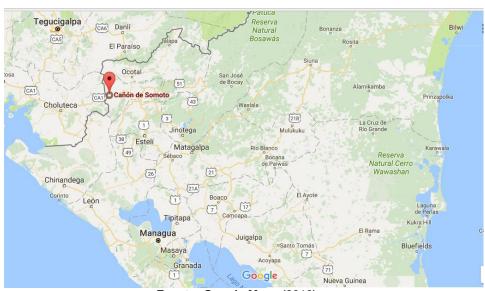


frescas aguas habitan un buen número de peces, crustáceos y mamíferos. Es compartido por los Municipios de Somoto y San Lucas.

Su geología representativa de rocas ignimbritas³ ácidas propias del intenso vulcanismo que predominó en toda Centroamérica a fines de la época terciaria, su formación asociada a un proceso de erosión seudocárstica y su edad estimada entre 7 a 19 millones de años de antigüedad, le confieren al Cañón valores naturales fuera de lo común. Estas singularidades hacen del Cañón un destino turístico capaz de generar ingresos y empleo en una de las zonas más empobrecidas del país, a la vez lo convierten en un territorio didáctico por excelencia, adecuado para la educación y la toma de conciencia ambiental entre estudiantes y turistas, sobre los procesos geológicos que forman la tierra, los vínculos entre diversidad geológica, diversidad biológica y la importancia de conservar nuestro patrimonio geológico.

Localización departamental del Cañón de Somoto

Se encuentra entre las siguientes coordenadas geográficas



Fuente: Google Maps (2016)

 N 13º 26´ 20´´, O 86º 42´ 34.00´´ en la entrada del río Tapacalí al Cañón, sector



- La Playa N 13º 27´ 01´´, O 86º 42´ 35.00´´ en el encuentro del río Tapacalí con el río Comalí para juntos formar el río Coco
- N 13º 27´ 46´´, O 86º 41´ 46.50´´ en la parte más Norte del recorrido del río
 Coco dentro del Cañón, lugar de Namancambre
- N 13º 27´ 21´´, O 86º 41´ 28.75´´ en la salida del río Coco en el sector de La Zopilota Madriz tiene una superficie de 1,706.23 km², el 1.3% del total del país.

Localización municipal del Cañón de Somoto

El Cañón de Somoto se ubica entre los municipios de Somoto y San Lucas, ambos del departamento de Madriz. La ciudad de Somoto es la ciudad más importante y cabecera departamental del departamento de Madriz. Somoto está calificado como municipio de pobreza media. El municipio de San Lucas, es uno de los 34 municipios del país calificado dentro del rango de pobreza extrema.

Tabla 2. Área y porcentaje del Cañón perteneciente a Somoto y San Lucas

Zona de manejo	Municipio de Somoto (ha)	%	Municipio de San Lucas (ha)	%	Total (ha)
Área protegida	119.6	70.3	50.7	29.7	170.3
Zona de amortiguamiento	380.14	80.3	93.26	19.7	473.4
Total	499.74	77.6	143.96	22.4	643.7

Fuente: Hoja topográfica Somoto-2856-II-INETER 1988, escala 1:50,000/Ley No. 605

Acceso

Hay tres entradas posibles:

1^{ra} Entrada El Guayabo (en época seca): Km 228.8 se entra por un pequeño camino y se recorren 2 km hacia el Norte o sea El Guayabo y luego 1.5 km hacia el Suroeste para llegar a la salida del Cañón a través de la poza La Zopilota en el río Coco.



2^{da} Entrada Valle de Sonis (todo tiempo): Km 230.5 es la principal entrada al Cañón y la preferida por los visitantes. Se entra al caserío de Sonis y se recorre 1.2 km por un estrecho camino hacia el Norte hasta llegar al río Coco en la poza La Zopilota.

3^{ra} Entrada La Playa del Rio Tapacalí (época lluviosa): Km 233 a la altura del puente que cruza la carretera Panamericana. Se recorre la playa o playón del Tapacalí por 1.5 km para llegar a la entrada del mismo río al sector de los acantilados del cañón de Somoto.

Extensión

El Área Protegida tiene una superficie de 170.3 ha que incluye el curso del río, las riberas, la parte interna de los acantilados y el borde a cada lado en la parte alta del acantilado, 50 metros hacia tierra firme, de acuerdo a lo establecido en la Ley 605 tiene una longitud aproximada de 4.7 km.

La zona de amortiguamiento, tiene una superficie de 473.4. Rodea el Cañón de Somoto incluyendo: La Loma El Corralillos, Lugar Namancambre, Los Corralillos, Los Potrerillos, Cerro Los Potrerillos y Cerro El Saraisal de 906 msnm y que aparece sin nombre junto al río Tapacalí, en la zona de La Playa.

Presenta un paisaje fragmentado por la actividad agrícola principalmente por áreas de pasto para el ganado. Se observan muchos potreros. El área protegida más cercana es la Reserva Natural Tepesomoto – La Pataste, a 20 km de distancia. Existe conectividad hidrológica entre ambas áreas protegidas ya que el río Tapacalí, nace en la Reserva Natural Tepesomoto – La Pataste.

Existen dos tipos de ecosistemas en el área protegida

Ecosistema Fluvial: Formado por el conjunto de las plantas acuáticas y las especies animales que viven, interactúan y tienen su hábitat en las aguas del río Tapacalí y Coco, y en las piedras y pozas que se distribuyen a lo largo del recorrido de ambos ríos.



Ecosistema Arbustal Deciduo: Compuesto por árboles y arbustos de bajo porte, con apariencia arbustiva, y cuya altura promedio no sobrepasa los cinco metros debido a que crecen sobre un sustrato de suelos pobres, rocosos y poco profundos. Se encuentran formaciones de vegetación sobre las partes más rocosas en los paredones del Cañón dominadas por agaves, cactus y bromelias.

Descripción demográfica

Habitan 13 familias en siete fincas dentro del límite de 170.3 ha del Área Protegida. Algunas de las fincas se encuentran legalmente en manos de un solo dueño, quien le ha dado donde vivir a familiares. En otros casos las fincas no han sido legalmente desmembradas de una sola escritura, pero en la realidad son compartidas por varias familias. Dentro de la zona de amortiguamiento no hay presencia de núcleos familiares.

Paisajes naturales

El Área Protegida presenta como paisaje predominante la impresionante geomorfología de la garganta rocosa abierta por los ríos Tapacalí y Coco. Su belleza es producto de la vista de sus altas paredes rocosas, verticales y de forma casi paralelas con alturas de 100 a 250 metros. Este paisaje se combina con la presencia de vegetación litófita⁴ que se asienta en las mismas paredes, además se combina con la limitada entrada de luz solar lo que provoca un efecto continuo de sombra principalmente en la mañana y al atardecer.

Las actividades económicas de los habitantes del cañón de Somoto y comunidades aledañas son principalmente primarias: ganadería y agricultura. La ganadería es extensiva, el ganado se suelta para que coma de pastos naturales o de las hojas de árboles tales como carbón, Acacia pennatula, madero, Gliricidiasepium, y guácimo, Lueheacandida. En el área protegida y su zona de amortiguamiento sólo dos productores cuentan entre 20 a 30 cabezas de ganado, el resto de productores dispone de 3 a 5 cabezas de ganado.



Sitios Históricos o Arqueológicos No se han encontrado sitios históricos o arqueológicos. Varios de los nombres de sitios, accidentes geográficos del Cañón y lugares vecinos son claramente de procedencia indígena, lo que indica su antigüedad. El nombre del río Tapacalí según *Valle* es de origen náhuatl-matagalpa y significa "Río de los Tapacales o Teñidores". El nombre del río Comalí es un híbrido español-matagalpa y quiere decir "Río de los Comales". El nombre del valle y caserío de Sonis, en la entrada principal al Cañón, significa "caracol".

Tipo de propiedad: Mixta.

Señalización: Existen rótulos sobre la carretera panamericana desde la ciudad. capital

Equipamiento y servicios: Existen guías turísticas locales, lanchas con capacidad entre 6 y 8 personas que prestan el servicio de paseo en bote, alquiler de neumáticos y caballos también, existen senderos donde se puede hace una bonita caminata hacia los miradores naturales donde se puede observar desde arriba de sus acantilados esta maravilla de la naturaleza.

Comercialización: Se ha realizado brochures, mapas y también este atractivo está siendo incluido en las guías turísticas del norte.

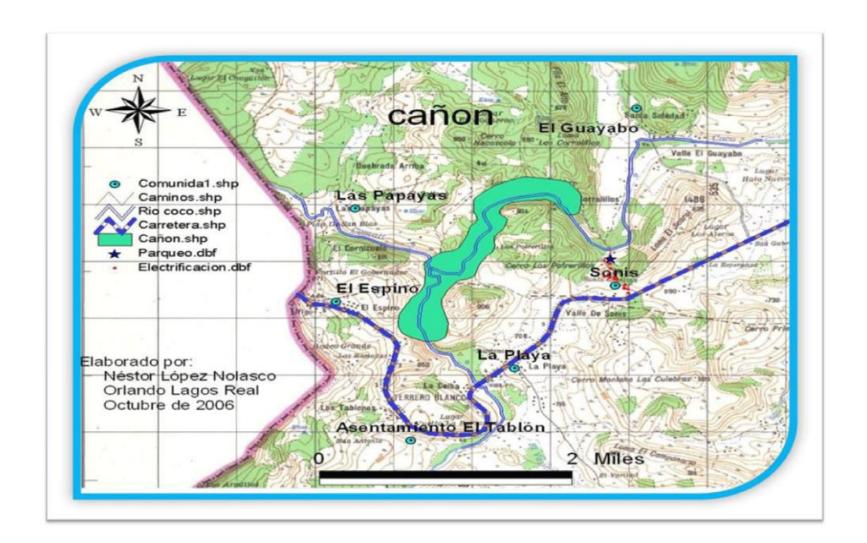
Infraestructura: 12 de los 14 km desde Somoto son en carretera asfaltada en excelentes condiciones, el restante es camino de tierra, en regular estado.

Demanda turística actual: Es excelente, es un recurso de gran potencial que está atrayendo turistas de todo el país y turistas internacionales, entre estos: centroamericanos, norteamericanos, europeos y de otras nacionalidades.



Fuente propia: Foto Nº 2 Visita al Cañón de Somoto

Mapa de ubicación de comunidad valle de Sonis y monumento nacional cañón de Somoto





II. CAPÍTULO: Marco teórico

A continuación, se argumenta de manera teórica las definiciones consideradas claves para ampliar el desarrollo de esta investigación.

2.1. Generalidades del turismo

Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales (OMT).

Turista (o visitante que pernocta)

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye pernoctación (OMT).

Destino (destino principal) de un viaje

El destino principal de un viaje turístico, es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje (OMT).

Producto turístico

Kotler (2004) sostiene que:

El producto turístico no existe como tal, sino como un conjunto de características de aquel que en un principio son capaces de reportarle al comprador un beneficio con elación a los usos o funciones buscados, (es decir, a sus necesidades).

El concepto de producto no se limita a objetos físicos, sino más bien a cualquier cosa capaz de satisfacer una necesidad puede denominarse producto, estos también incluyen experiencias, personas, lugares, organizaciones, información e ideas. (Kotler P, 2004, pág. 193)



Según Peláez (2009):

El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio, pero es algo más.

La definición que recoge el autor Miguel Ángel Acerenza sobre el producto turístico es la siguiente:

"Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso. (Acerenza M., 2005)

Guía turístico

Persona física en posesión de una licencia de guía de turistas (Turismo, 14).

Ocio

Según el francés Joffre Dumazedier (2002):

El ocio es el conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse con su pleno consentimiento, ya sea para descansar o para desarrollar su información o su formación desinteresada, su voluntaria participación social o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de todas sus obligaciones profesionales, familiares y sociales. (Zamorano Casal, 2002, pág. 37)

Recreación

Es un proceso por el cual el hombre logra modificar su forma de ser, pensar, obrar y sentir, es además un fenómeno psicosocial que forma parte del proceso de producción económica, política e ideológica en el tiempo libre como extensión del trabajo. La recreación es una práctica social en cuanto a que describe formas de



comportamiento y maneras de ser una sociedad por la manera en que utiliza su tiempo libre. (Zamorano Casal, 2002, págs. 40-41)

Restauración

Comprenden aquellos establecimientos que disponen de cocina y servicio de comedor que ofrecen comidas y bebidas para ser consumidas por el público en el mismo establecimiento, mediante un precio (Nicaragua N. J., Consejo directivo del Instituto Nicaragüense de Turismo, 2001).

Actividad turística de restauración aquella que se desarrolla en establecimientos abiertos al público, y que consiste en ofrecer habitualmente y mediante precio, servicio de comidas y bebidas, para su consumo en el mismo local (Consumoteca, 2010).

Camping

Es un término inglés aceptado por la Real Academia Española (RAE) que hace mención a un campamento o a la actividad consistente en ir de acampada a un lugar al aire libre (Española, 2016).

Corresponden a aquellos espacios de terreno debidamente delimitados, dotados y acondicionados para su ocupación temporal por turistas, que permitan instalar tiendas de campaña o aparcar unidades de vehículos automotores o de remolques que sirvan para alojamiento (Nicaragua N. J., 2001).

Camping rural

Esta modalidad requiere una actitud especial del turista en su manera de concebir las vacaciones, es decir debe buscar:

- 1. Un precio económico
- 2. El gusto por las actividades en la naturaleza
- 3. La convivencia con otros turistas
- 4. El rompimiento con las comodidades de la vida urbana
- 5. La posibilidad de realizar actividades poco común



El camping de esta categoría debe contar con servicios tales como luz eléctrica, aguas corrientes, duchas y sanitarias como mínimo, y son deseables piscina, cafetería, tienda y otros servicios por el estilo que le den mayor comodidad al vacacionista. (Zamorano Casal, 2002, pág. 223)

La federación Nacional de Gîtes⁵ de Francia define al camping rural como un terreno situado en un entorno rural, próximo a la explotación agraria y abierta a campistas y caravanas bajo ciertas condiciones de equipamiento, precios y hospitalidad. La capacidad máxima es de seis desplazamientos y 20 personas. Se diferencia de los campamentos convencionales por encontrarse dentro de una explotación agrícola y tiene dos modalidades:

- Camping en áreas naturales

Son terrenos de interés agrícola (generalmente de pasto), sencillamente acondicionados que pueden recibir más campistas que el camping de explotación, aunque esta modalidad tiene limitantes en cuanto al número de ocupantes, que generalmente es de 20 a 25 tiendas por hectárea (60 a 70 personas), exigiéndose que al menos existan 20m entre tienda y tienda, y se cuente con los servicios mínimos. Además, hay que resaltar que no son instalaciones fijas y los jóvenes son los usuarios más comunes. (Zamorano Casal, 2002, pág. 223)

Camping de finca

No existen instalaciones fijas y es limitado en cuanto a su extensión; cuenta con servicios de duchas baños, entre otros; en las instalaciones de la casa o en construcciones ligeras para este fin. (Zamorano Casal, 2002, pág. 223)

Cabe destacar que esta modalidad se utiliza dentro de la investigación como una de las estrategias de desarrollo, para generar un ingreso adicional con bajo costo de inversión en comparación con la habilitación total de la infraestructura, puesto que el espacio es limitado, sin embargo, se cuenta con los servicios básicos.



Comunidad

Es una entidad formada por varias poblaciones agrupadas en un área determinada. (Zamorano Casal, 2002, pág. 139)

Turismo Rural

Una definición propuesta por RENITURAL es:

Cualquier actividad que se desarrolle en el medio rural y áreas naturales, compatibles con el desarrollo sostenible, esto último implica permanencia y aprovechamiento "óptimo" de los recursos, integración de la población local, preservación y mejora del entorno, en contraposición al concepto de la máxima rentabilidad. (Zapata & Baca Plazaola, 2009, pág. 13)

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)

Modalidades de turismo Rural

Existen muchos tipos y modalidades de turismo de acuerdo al interés particular del viajante en cuestión; a continuación, se detallan los más relevantes en relación a la investigación para su mejor comprensión:

- Turismo Rural Comunitario

Experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrollado por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad.

Este tipo de turismo promueve la participación de los pobladores comunitarios en la planificación y gestiones requeridas para desarrollar actividades turísticas en



sus territorios considerando la sostenibilidad en sus operaciones. Supone el involucramiento de los pobladores del destino turístico rural comunitario.

- Turismo Cultural

Movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios o monumentos, viajes para estudiar la Naturaleza, el Arte, el Folklore, y las peregrinaciones". Y otra de carácter más general: "todos los movimientos de personas para satisfacer la humana necesidad de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros"

- Ecoturismo

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

Los principios específicos que diferencian al ecoturismo del concepto más amplio de turismo sostenible, según la Declaración de Québec sobre Ecoturismo (2002), son:

- 1. Contribuye activamente a la conservación del patrimonio natural y cultural.
- 2. Incluye a las comunidades locales e indígenas en su planificación, desarrollo y explotación y contribuye a su bienestar.
- 3. Interpreta el patrimonio natural y cultural del destino para los visitantes
- 4. Se presta mejor a los viajeros independientes, así como a los circuitos organizados para grupos de tamaño reducido.



- Turismo de Aventura

Se define como turismo aventura aquel viaje o excursión con el propósito de participar en las actividades para explorar una nueva experiencia, por lo general supone el riesgo advertido o peligro controlado asociado a desafíos personales, en un medio ambiente natural o en un exótico escenario al aire libre. El contenido de riesgo de la propuesta obliga a ofrecer a los turistas una razonable seguridad personal, utilizar equipos de calidad.

Utiliza el entorno o medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento, por lo que requiere de espacios con poca carga turística y mejor aún poco explorados.

Las actividades que se realizan son muy diversas y dependen del entorno natural en el que se sitúe el predio. Así un río, por ejemplo, genera condiciones propicias para el rafting o canotaje, la montaña para el andinismo. Además de otras actividades que pueden realizarse en casi todos los ambientes como cabalgatas y senderismo.

- Turismo de naturaleza

Todas las modalidades del turismo en que la motivación del viaje o excursión o la selección del destino esté determinada por el acercamiento y disfrute de la naturaleza".

Viaje turístico para disfrutar y apreciar la naturaleza. La OMT (2000), lo define como:

"Viaje responsable que conserva el entorno natural y sostiene el bienestar de la población local. Este oscila desde pequeños grupos de personas con un eco-interés especial en la naturaleza que puede incluir un estudio serio de un tema concreto, hasta grandes grupos de personas corrientes que en un lugar de vacaciones desean incorporar una excursión de hasta un día en



una reserva natural o lugar semejante como parte de su entrenamiento o descanso". (Zapata & Baca Plazaola, 2009, págs. 24-29)

Atractivo turístico

En este punto se hace referencia a todos aquellos lugares, objetos y acontecimientos capaces de atraer a personas, y que son motivo suficiente para emprender un viaje, y que como lo mencionan las definiciones tradicionales son parte del patrimonio turístico de un país, junto con las plantas y la infraestructura turísticas tanto públicas como privadas. (Zamorano Casal, 2002)

Si bien esto es cierto desde el punto de vista convencional, tal definición resulta breve para efectos del presente trabajo. Por el motivo es conveniente agregar además lo siguiente a la definición de un atractivo turístico.

Por cuanto son los que determinan la selección del lugar de destino del viaje por parte del turista, y los que generan por consiguiente una corriente turística hacia el sitio en el cual están localizados; puede clasificarse en dos grandes grupos:

- Atractivos turísticos naturales

Pueden estar dados por la topografía del lugar, el paisaje, el clima, las playas, los lagos, la flora y la fauna entre otros (Acerenza M. A., 2005, pág. 18).

- Atractivos turísticos de naturaleza humana

Pueden distinguirse de dos tipos de atractivos diferentes: Los referidos a las manifestaciones de la cultura local, también aquellos atractivos hechos y administrados por el hombre.

En el primer caso se encuentran: El legado histórico-cultural, la arquitectura típica, los usos y costumbres de la población, sus expresiones artísticas en todas sus manifestaciones; en el segundo: Los museos, parques temáticos, ferias, exposiciones, acontecimientos especiales (congresos, convenciones, certámenes, espectáculos, deportivos, entre otros). (Acerenza M. A., 2005, pág. 18)



Patrimonio Turístico

Según la OMT se denomina patrimonio al conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales existentes en un determinado territorio que están a disposición del hombre.

Constituye la materia prima potencial de las actividades turísticas, si se transforma en objeto de atracción turística se convierte en atractivo turístico; de su utilización para la práctica turística resultan los recursos turísticos.

Es un conjunto de elementos tanto del tipo físico-natural como construidos, así como otros espacios culturales que su atracción puede representar la primera materia potencial sobre la que se habrá que realizar una intervención por parte de los responsables del desarrollo turístico para convertirlos en recursos turísticos. Salvo espacios naturales necesitan intervención humana, aunque en algunos parajes naturales es necesaria la intervención para su gestión y dotación de servicios. (Rivera, 2009)

Recurso Turístico

Cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual.

Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. Posteriormente se transforma en un producto turístico.

El concepto de recurso turístico implica la utilización potencial y/o real del patrimonio y/o de los atractivos turísticos con la finalidad turística a través de una serie de actuaciones humanas ligadas a la creación de un producto turístico y su promoción. El análisis de los recursos turísticos nos permite evaluar la potencialidad para el desarrollo de la actividad turística de un determinado espacio. (Rivera, 2009)



Desarrollo sostenible o sustentable

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) hace referencia a "hacer frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades".

La Unión Mundial para la Naturaleza dice que el termino se refiere "al proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar o agotar los recursos de una forma que puedan irse renovando al mismo ritmo que van siendo empleados, o pasan del uso de un recurso que se genera lentamente a otro que lo hace a un ritmo más rápido". (Ziperovich, 2004, pág. 73)

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación (UNESCO) la Ciencia y la Cultura, es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, para para satisfacer sus propias necesidades (UNESCO, 2005).

Turismo sustentable

La OMT se refiere a este término como:

"Un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y asimismo mantener el medio, de que dependen, tanto la comunidad anfitriona como visitantes". (Ziperovich, 2004, pág. 73)

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.



Figura 1. Pilares de la sostenibilidad

Monumento nacional

Área que contiene rasgos naturales e históricos culturales de valor destacado o excepcional por su rareza implícita, sus calidades representativas o estéticas (Nicaragua N. J., Reglamento de Areas protegidas de Nicaragua, 1999).

Objetivos de manejo de monumento nacional según SINAP

Conservar a perpetuidad los rasgos naturales y culturales destacados que son específicos del área, a causa de su importancia natural o su calidad excepcional, representativa y connotaciones espirituales.

Brindar oportunidades para la investigación, la educación, el turismo, la recreación, la interpretación y la apreciación del público, en un grado compatible con el objetivo principal.

Criterios para la designación de la categoría

Contener uno o más rasgos de importancia notable, entre estos pueden figurar cataratas espectaculares, cavernas, cráteres volcánicos, fósiles. Formaciones marinas, especímenes únicos o representativos de fauna y flora. Las características, fortalezas coloniales, sitios arqueológicos, o naturales que posean importancia patrimonial para las poblaciones autóctonas.



Ser un área lo suficientemente amplia como para proteger la integridad de sus características naturales y culturales, en la cual se puede incorporar sitios degradados para su recuperación. (Nicaragua N. J., Reglamento de Areas protegidas de Nicaragua, 1999)

Un Geoparque

Para la UNESCO es un área nacional protegida que contiene un determinado número de sitios del patrimonio geológico de importancia particular según criterios de unicidad y estética. Estos sitios son parte de un concepto integrado de protección, educación y desarrollo sustentable. Un geoparque cumple sus objetivos mediante un enfoque de conservación, educación y geoturismo. (México, 2016)

Geositio, o Lugar de Interés Geológico (LIG)

Según Cortés & Carcavilla (2013), es un área que forma parte del patrimonio geológico de una región natural por mostrar de manera continua en el espacio, una o varias características consideradas de importancia en la historia geológica de la misma.

Considerando estas dos definiciones podemos deducir que tanto geositios como geoparques son estrategias encaminadas a la conservación, educación y desarrollo sustentable. (México, 2016)

2.2. Generalidades del marketing turístico

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)



Estrategias de marketing

Las estrategias de marketing, también conocidas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de mercadeo o estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado. (Negocios, 2016)

Clasificación de estrategias de Marketing

Para una mejor gestión de las estrategias de marketing, estas se suelen dividir o clasificar en estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos de un negocio: estrategias para el producto, estrategias para el precio, estrategias para la plaza (o distribución), y estrategias para la promoción (o comunicación). Conjunto de elementos conocido como las 4 P's o la mezcla (o el mix) de marketing (o de mercadotecnia). (Kotler P, 2004)

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)

Oferta turística

De acuerdo a la Secretaría de Turismo (SECTUR 2002), en la oferta participan el medio ambiente y tres grupos de actores, que en términos generales son los prestadores de servicios, las comunidades locales y las autoridades de los tres niveles de gobierno. (Secall, la competitividad de las zonas turisticas)

El medio ambiente provee los recursos naturales; cada región o localidad puede brindar una gran variedad de recursos dependiendo de sus condiciones geográficas y de la naturaleza. Por su parte, los prestadores de servicios ofrecen las instalaciones de alojamiento, alimentación y servicios de esparcimiento y



recreación; es decir, proporcionan los servicios turísticos básicos y los atractivos artificiales. (Secall, la competitividad de las zonas turisticas)

Los habitantes de las localidades tienen un doble papel: aportan la riqueza cultural y los recursos humanos para la prestación de los servicios turísticos. Finalmente, la actuación de las autoridades de los tres niveles de gobierno establece un marco general para el desarrollo de las actividades turísticas, a través de la construcción de infraestructura básica de servicios, así como del marco legal para garantizar la seguridad de los turistas y el clima de negocios apropiado. (Secall, la competitividad de las zonas turisticas)

La Secretaría de Turismo de México (SECTUR 2002), explica que el análisis de la oferta turística local debe permitir, en primer lugar, hacer un inventario de los siguientes elementos:

Factores naturales:

- Situación geográfica y tamaño del territorio
- Situación geológica y condiciones climáticas
- Hidrografía (mares, ríos, lagos, etc.)
- Paisajes, fauna y flora.

Factores socioeconómicos:

- Estructura económica (relevancia de los diferentes campos de actividad)
- Estructura socio-demográfica (pirámide de edad)
- Emigración (distribución socio profesional, etc.)
- Estructura político-administrativa

Infraestructuras y servicios disponibles:

- Equipamientos (agua, gas, electricidad, tratamiento de residuos, etc.)
- Transportes (red de carreteras, red ferroviaria, transportes públicos, etc.)
- Servicios (comercios, servicios de salud, etc.)

Factores culturales:



- Historia
- Costumbres/productos artesanales locales
- Configuración de los lugares
- Monumentos y curiosidades
- Lugares para visitar, visitas guiadas a atracciones, manifestaciones culturales. (Secall, la competitividad de las zonas turisticas)

Demanda Turística

Deseos humanos que requieren cierto poder adquisitivo (renta disponible) para ser satisfechos (Kotler P, 2004, pág. 18).

La demanda turística es el segundo componente que dentro del potencial turístico necesita ser analizado para poder definir el nivel de compatibilidad entre la oferta y la demanda turística.

Según Ritchie (2009)

Propone que la demanda incluye cifras de gran relevancia como lo son cuántos visitantes arriban al destino, el tipo de transportación utilizado, los días de estadía y qué tipo de hospedaje que utilizaron y finalmente el dinero gastado por turista.

La demanda está determinada por el perfil de los turistas que refleja sus gustos y preferencias, los cuales además son influenciados por factores externos derivados de las grandes tendencias del turismo mundial. (Secall, la competitividad de las zonas turisticas)

Mercado turístico

Es el conjunto de compradores potenciales y reales del producto (Kotler P, 2004, pág. 18).



También Socatelli (2003) lo define como:

Mercado turístico la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos (Socatelli, 2013).

El mercado turístico, por lo tanto, es el sector económico que engloba a todas las empresas que conciben, producen y comercializan productos y servicios vinculados a los viajes, ya sean con fines de recreación, negocios, estudios o cualquier otro motivo, y los consumidores al que éstos se dirigen. (Socatelli, 2013)

Paquete turístico

Consiste en un plan turístico que conlleva un acuerdo por el que una parte se compromete frente a la otra, mediante precio global, a proporcionarle prestaciones que combinen, al menos, dos servicios, entre los que se encuentran el transporte, el alojamiento y aquellos que constituyen una parte significativa del viaje, como manutención, excursiones, entradas a un espectáculo, etc., siempre que este sobrepase las 24 horas o incluya una noche de estancia. (Universidad Complutense Madrid, 2012)

Competencia turística

Es la capacidad de los agentes que intervienen en la actividad turística de un país, de una región o de una zona para alcanzar sus objetivos por encima de la media del sector, de manera sostenible y sostenida (Secall, la competitividad de las zonas turisticas).

En definitiva, la finalidad de la competitividad será el mejor cumplimiento de las expectativas de todos los agentes que participan en la actividad turística: empresas, población residente, administración y turistas, en un entorno territorial sostenible (Secall, la competitividad de las zonas turisticas).

Posicionamiento en el mercado



La posición de un producto es la forma en que los consumidores define el producto según características importantes, el lugar que el producto ocupa en la mente de los consumidores respecto a los competidores (Kotler P, 2004, pág. 187).

Revista o guía turística

Una guía turística puede referirse a una publicación impresa o digital que recopila información sobre dichos atractivos; es una especie de libro o revista con información de interés para el viajero. Puede incluir direcciones y precios de hoteles, recomendaciones de restaurantes. (Kotler P, 2004)

Redes sociales

Una red social es una estructura social, un grupo de personas relacionadas entre sí. Pero si hablamos de Internet, como es nuestro caso, las redes sociales son páginas que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, a fin de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, entre otras. (InfoAleph, 2010)

Sin embargo, no todas las redes sociales son iguales, ni sirven para lo mismo. Cada red tiene un objetivo específico. Usar la red correcta para la tarea correcta, y además hacerlo correctamente, es todo un arte: una nueva clase de especialidad. Algunas de las redes sociales más populares en nuestro medio son: Twitter, Facebook, Flickr, Linkedin, y YouTube. (InfoAleph, 2010)

Tarjeta de presentación

Son una representación visual con la información de contacto de una persona o empresa. Se intercambian entre personas para generar oportunidades de negocios, sirven para reforzar el contacto entre empresas y personas con la idea de dejarles una posibilidad de comunicación para adquirir o preguntar por los



bienes o servicios que dicha persona ofrece, sirven también como una estrategia de marketing y son una excelente herramienta de negocios. (Lopez, Tarjetas de Presentación. Características, Tipos, Muestras y Diseños)

Servicios

Actividades o beneficios ofrecidos para su venta y que son esencialmente intangibles (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 6).

Naturaleza y características de un servicio

- *Intangibilidad:* Los servicios no pueden ser vistos, tocados, degustados, escuchados ni olidos antes de su compra.
- *Variabilidad:* La calidad de los servicios depende que quién los provee, dónde, cómo y cuándo.
- *Inseparabilidad:* Los servicios no pueden ser separados de sus proveedores.
- *Caducidad:* Los servicios no pueden ser almacenados para su utilización o venta. (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 208)

Servicios turísticos

Según Ramírez (2002)

Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicio planteadas por la composición socioeconómica de una determinada corriente turística. (Turismo, 2012)

Toda actividad realizada por una persona física o moral, pública o privada, tendiente a satisfacer necesidades específicas directamente planteadas por el desplazamiento turístico.

Según Miguel Ángel Acerenza en su obra "Conceptualización, origen y evolución del turismo" (2002) nos comenta que el servicio o los servicios Turísticos:



Son aquellos que se ofrecen en forma gratuita al turista por el simple hecho de serlo, y los proporciona tanto el sector público como el sector privado, y en algunos casos en forma conjunta:

- Oficinas de información turística, pública y privadas.
- Oficinas o centros de convecciones privados, oficiales o mixtos.
- Servicio de tramitación aduanal, migratoria que, en razón son de mayor simplificación, facilitan la internación del turista en general, y de los objetos o enseres necesarios para un mejor disfrute de su estancia.
- Servicios de aeropuertos, puertos marítimos y en las terminales de autobús y ferrocarril, Bares, restaurantes, bancos tiendas, etc.
- Los guías oficiales que se desempañan en recintos culturales y sociales de acceso público, trasmiten valiosa información al turista. (Turismo, 2012)

2.3. Turismo rural y crecimiento económico

De acuerdo con el Instituto Nicaragüense de Turismo (2009), en los boletines estadísticos no se identifican las cifras correspondientes a la llegada de turistas que hacen turismo rural en el país y tampoco se cuantifica la oferta de establecimientos que ofrecen modalidades de turismo rural. Eso no quiere decir que no haya experiencias de este tipo de turismo en el país. (Santamaria & Baca, 2009)

La comunidad Valle de Sonis se vuelve un interesante sitio para realizar turismo rural, puesto que, facilita vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad, ayuda a recuperar el equilibro físico y psicológico del turista durante su estadía, también permite conocer la cultura, costumbres, tradiciones desde sus raíces a través de la convivencia con las familias campesinas, al mismo tiempo que amplían sus conocimientos directamente en las prácticas agrícolas.



Añadiendo a esto, cuenta con un atractivo adicional (Cañón de Somoto), al que se suma una motivación más de desplazamiento para conectarse con la naturaleza y apreciar la belleza de los parajes; esto da pie a la demanda de otros servicios complementarios para un mejor goce y disfrute de un tour en este lugar.

Evidentemente, en la comunidad Valle de Sonis, la mayoría de familias reconocen que la actividad turística es una fuerte oportunidad para crear sus propios negocios, operando día a día en la calidad de oferta de servicios como una alternativa para erradicar la pobreza, ya que genera significativos aportes en la economía, lo que permite minimizar algunos gastos familiares.

Esta tendencia los ha motivado a crear condiciones e infraestructuras para alojar a turistas que visitan este tranquilo lugar, a un precio razonablemente económico, como es el caso del establecimiento "Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam", donde el propietario ha sido uno de los principales pioneros en la industria turística local, que con el apoyo de las Instituciones y Autoridades municipales han impulsado el turismo con mayor reconocimiento en la zona.

Se considera al turismo en general una actividad económica que requiere desarrollarse de forma integral, es decir debidamente planificada la cual ayuda a generar y distribuir ingresos económicos a través de la organización dentro de la misma comunidad receptora, de manera más íntegra a los prestadores de servicio de la localidad y sus anfitriones.



2.4. Turismo sostenible como estrategia de desarrollo local

Según la OMT, los principios que definen el turismo sostenible son:

- Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
- La calidad ambiental se mantiene y mejora.
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino; retiene su prestigio y potencial comercial.
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Estas características hacen que el turismo sostenible sea una herramienta estratégica en el desarrollo económico local y nacional. Por un lado, el turismo genera una gran oportunidad en algunas zonas urbanas y rurales, en las que no existen otras alternativas de actividad económica.

A su vez, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales (hay que tener en cuenta que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por PYME). Y a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio, indistintamente para hombres, mujeres y jóvenes.

Esta tendencia del turismo denominada turismo sostenible, es también respaldada por la UNESCO, quién argumenta que:

"El desarrollo del turismo sostenible debe ser ecológicamente sostenible a largo plazo, económicamente viable, así como éticamente y socialmente equitativo. (SNV, Rainforest Alliance, & Counterpart Internationa, 2010).



En los últimos años el turismo se ha convertido en uno de los principales rubros económicos generadores de ingresos para las familias, lo que ha contribuido al mejoramiento del país y a la calidad de vida de muchos nicaragüenses.

Según el PNDH, dentro de la política del fomento del turismo; Se destaca la actividad turística como parte integral de la estrategia de crecimiento económico con aumento de empleo y reducción de la pobreza.

Tiene como propósito posicionar al país como destino turístico, en el marco de la Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico, estimulando la inversión público-privada en el sector y mejorando la oferta turística, con especial atención en las empresas familiares, comunitarias y cooperativas, a la vez que se fortalece la capacidad y liderazgo institucional del INTUR.

Dentro de los lineamientos que plantea el PNDH para fortalecer la industria turística como uno de los ejes de crecimiento del país se encuentran:

- Desarrollo de capacidades del micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, familiares, comunitarias y cooperativas, potenciando las riquezas naturales y culturales de los territorios.
- Promover créditos para las MIPYME turísticas.
- Fomentar el turismo comunitario, ecológico y cultural.
- Promover el turismo interno como una expresión de turismo social que permita el disfrute de una recreación sana y esparcimiento de nuestro pueblo.
- Fomentar el aumento de las inversiones turísticas
- Continuar fortaleciendo las rutas turísticas, Ruta del agua, Ruta del café, Ruta de los pueblos blancos, Ruta de las cordilleras, Ruta de la artesanía, Ruta del trópico húmedo con pulmón de montaña, Ruta de los Ríos, Ruta las islas entre otras. (GRUN, 2012-2016, pág. 126)



Según Bayardo Soriano propietario del Hospedaje, considera que ha sido beneficiado de manera positiva tanto en el desarrollo personal como empresarial, ya que a través del turismo se han generado mayores oportunidades de proyectos así como la Ruta del Café, ejecutado por el Instituto Nicaragüense del Turismo (INTUR) desde el año 2007-2008, que los ha favorecido directamente como pequeña empresa turística, permitiéndoles mejorar sus condiciones de vida a través del ingreso económico que reciben de dicha actividad.

Por lo tanto es muy importante tener presente que el desarrollo local, resulta ser un proceso de transformación continua que tiene como finalidad el bienestar de la población que vive en el territorio y la satisfacción de las demandas e intereses de la sociedad local.

2.5. Geoparque Rio Coco

El proyecto Geoparque Río Coco tiene como objetivo lograr la candidatura UNESCO enviando toda la documentación requerida el presente noviembre de 2016. Lograr pertenecer a la Red Global de Geoparques (GGN), es una oportunidad única para el desarrollo sostenible del territorio y para dar a conocer el valor geomorfológico de nuestros geositios.

Es un área con límites claramente definidos y un área lo suficientemente grande que pueda servir al desarrollo económico y cultural local (especialmente a través del turismo). Correspondientes a los municipios de: Somoto, San Lucas y Totogalpa. Y en una segunda fase de anexarán los territorios correspondientes a San José de Cusmapa y Las Sabanas.

Para ello es fundamental el correcto desarrollo del turismo sostenible y otras actividades económicas asociadas, siempre llevadas a cabo contando con las comunidades locales y sus condiciones.

Según Alcaldía de Somoto, dentro de Geoparque Río Coco, "Se pretende impulsar la educación y el conocimiento, siendo uno de nuestros pilares fundamentales. Comunicar el conocimiento neocientífico y los conceptos ambientales y culturales para el público a



través de la figura de los museos, el centro de interpretación de Somoto, senderos y visitas, es uno de los objetivos fundamentales". (Alcaldía de Somoto, 2016)

Considerando que éste proyecto es una oportunidad de desarrollo turístico sostenible y de desarrollo local para las MYPIME prestadoras de servicio en la comunidad, ya que generaría oportunidad de empleos a familias campesinas afectadas por el cambio climático.

En la actualidad el entrevistado y 3 miembros de la familia forman parte de la cooperativa COTUCPROMA la cual es una organización que tiene como propósito contribuir al mejoramiento del nivel de vida de los asociados-as y comunitarios aledaños a la cuenca del Rio Coco (territorio geoparque) a través de prestación de servicios turísticos, procesos de formación en artesanías, comercialización de productos, programas de sensibilización ambiental entre otros; Jugando un rol muy importante dentro de ella como prestadores de servicio turístico.

Bayardo Soriano expresa que se siente afortunado de formar parte del proyecto, ya que por medio de este, se abren puertas para promocionar su hospedaje mediante los paquetes turísticos que la cooperativa impulsa. Permitiéndoles ampliar sus conocimientos a través de futuras capacitaciones y beneficios de los cuales esperan aprovechar.



2.6. Pilares de la sostenibilidad

El concepto de desarrollo sostenible se formaliza por primera vez en el Informe Nuestro Futuro Común, elaborado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, definido como:

"El desarrollo sostenible es el que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades". (Gómez de Segura)

Según Muñoz (2006), a partir de estos momentos se comienza a realizar una amplia difusión del término desarrollo sostenible al público en general incorporando al desarrollo sostenible tres pilares considerados esenciales en la actualidad: El progreso **económico**, la justicia **social** y la preservación del **medio ambiente** (Martínez González, 2013).

Se tiene en cuenta que los recursos en los que se basa el turismo para poder desarrollarse plenamente son frágiles y algunos no renovables; ahora bien, a causa del daño provocado en el medio ambiente han surgido nuevas tendencias conocidos también como: turismo sostenible, responsable, ecológico, entre otros, por un turismo que apuntan hacia un solo objetivo, el cual exige el respeto máximo a la naturaleza.

Referente a lo anterior, se hace una valoración constructiva desde el punto de vista sostenible en la comunidad Valle de Sonis; siendo que, existe una buena organización en cuanto a la participación, integración y distribución de los roles, capacitados y equipados para realizar guiados hasta el atractivo natural el Cañón de Somoto, se considera la importancia de fomentar una conciencia ambiental a mayor profundidad, en donde los actores locales puedan adquirir el compromiso por una cultura de amor y respeto por la madre tierra.

De cualquier manera, es necesario que esta actividad se fundamente en los principales criterios de sostenibilidad, es decir, debe ser soportable ecológicamente a largo plazo, contrarrestando un turismo masivo para minimizar los daños ambientales; viable económicamente, fortaleciendo la calidad de los servicios ofertados con nuevas



alternativas de turismo y diversificación de productos; equitativo desde una perspectiva ética y social para la comunidad local.

2.7. Marketing, promoción y publicidad

El término marketing se ha popularizado mucho en los últimos tiempos y se emplea con frecuencia, en ocasiones sin tener muy claro su significado. Así, es usual ver como el marketing se identifica con actividades que aun estando relacionadas (ventas, publicidad, promoción, estudios de mercado), suponen una visión parcial de lo que hoy en día entendemos por marketing.

- El marketing es publicidad, promociones y ventas
- El marketing es analizar mercados
- El marketing crea necesidades e impulsa el consumo

Todas las empresas, no solo las grandes, pueden aplicar el marketing en la gestión de su actividad, y ello debe servir para entender mejora su mercado y para servirle mejor. Si esto se consigue, tendremos muchas probabilidades de mantener una posición ventajosa, a pesar de la competencia, y de fidelizar a los clientes. (Serrano & Oñederra, 2015, págs. 19-33)

En el tema precedente se ha indicado que el marketing tiene una relación muy estrecha con la empresa, la funcionabilidad de este para posicionar una empresa al mismo tiempo brindarle rentabilidad, puesto que hoy en día las empresas se enfrentan a un entorno cambiante, incontrolable y desconocido se tienen que hacer esfuerzos para mantener o crear posición en el mercado.

Es por ello que resulta fundamental el conocimiento, aplicación y seguimiento de herramientas de marketing como la promoción y publicidad, que guíen a la empresa en función del desarrollo y posicionamiento.



Según la Secretaría de Turismo de México (SECTUR), la publicidad y promoción es el dar a conocer un producto o servicio turístico por medio de la comunicación turística, que como parte del proceso publicitario incluye el marketing o mercadeo, para lograr alcanzar la meta deseada o bien establecida que es la de promover o vender los productos, se requiere tanto de la promoción como de la publicidad.

Se considera las herramientas; instrumentos y técnicas que se utilizan en la actualidad, la cual avanzan día tras día de manera acelerada, a raíz de estos avances las organizaciones han tenido que asumir cambios significativos en sus estrategias promocionales, caminando de la mano de la innovación en cuanto a sus planes de marketing, utilizando la publicidad y promoción de ventas para el mercado turístico.

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).

Una herramienta básica e indispensable para la promoción turística, es la publicidad, para su apoyo se pueden utilizar medios masivos de difusión como la televisión y radio que son directos y ofrecen una publicidad que incita a la compra o adquisición de servicios y productos turísticos.

Otros medios de difusión son el periódico y revistas, es decir medios impresos, que pueden ser persuasivos y se pueden transmitir a varios posibles compradores.

Por lo tanto es importante realizar acciones de promoción turística, ya que son el elemento clave para crear una imagen favorable y multiplicar el impacto del resto de las acciones de promoción, también permitirá generar rentabilidad y una demanda sostenible.



2.8. Redes sociales para promoción y publicidad de pequeños negocios turísticos

En el documento digital "Innovación en la Promoción Turística en Medios y Redes Sociales" se aprecia su análisis en cuanto la promoción turística online y la influencia de las redes sociales en el turismo.

Sin duda alguna, los viajeros han adoptado el entorno digital para estar conectados son sus seres queridos, interactuar con locales, buscar información, y por supuesto para planear y compartir sus viajes en las redes sociales para turismo.

Siempre fue de fundamental importancia para la demanda turística, obtener información en el complejo proceso de elección y compra de destinos. No obstante, la oferta turística (empresas/entidades) también necesita de constantes intercambios de información para realizar sus actividades.

De esta forma, Internet se considera como un factor clave en este proceso, provocando cambios significativos en la forma en que las personas se relacionan o comunican, como también en la producción, prestación de productos y servicios en diversos sectores de la actividad turística.

La promoción turística se refiere a todas las formas utilizadas para que los clientes actuales y potenciales conozcan los productos, agudicen sus sentidos y deseos que sean estimulados a comprar.

Los objetivos de la promoción turística tratan de: dar a conocer o informar sobre un producto, construir imagen de marca, posicionamiento frente a la competencia, tangibilizar el producto (mitigar los riesgos que el consumidor percibe por las peculiaridades del servicio turístico), transmitir calidad, des-estacionalizar la demanda, desmontar estereotipos y la resolución de problemas eventuales (producto de una crisis o catástrofe).



Esta práctica turística comienza a ser una fuente relevante de influencia en la toma de decisiones sobre la elección de los destino y las reservas online. Basta mencionar algunos de los resultados del estudio de PhoCusWright's Social Media in Travel 2012 que afirma que "El 52 por ciento de los usuarios de Facebook dijo que sus planes de viaje se vieron afectados al ver fotos de sus amigos durante sus viajes".

El uso de las redes sociales está siendo determinante en una nueva relación entre proveedores y clientes, además de que está propiciando la innovación del sector y los servicios turísticos así como una nueva forma de comunicación y promoción directa de servicios. (Mena, 2013)

Por tanto, se considera que las redes sociales son extraordinarias herramientas de comunicación, que permiten conocer y comprender el mercado, para llegar a conformar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada, capaz de obtener clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio y mantener fidelidad al mismo. Siendo estas una oportunidad de poder tener una conexión directa con los clientes y potenciales clientes.

En la actualidad la actividad turística presenta la necesidad de adaptarse a los nuevos consumidores, nuevas tecnologías, cambios en la globalización. Por tanto, es de suma importancia de que los negocios turísticos inicien un proceso de cambio en temas de promoción y publicidad del establecimiento, tomando como herramientas las redes sociales, las cuales están a un fácil alcance y acceso. Para dar a conocer a los clientes actuales y potenciales los productos, servicios y paquetes que se ofrecen.

Mediante las redes sociales los propios viajeros pueden influir en la percepción de otros consumidores, en diversas maneras entre ellas está la de influir en la percepción de otros consumidores a través de comentarios realizados y en contenido creado.



DISEÑO METODOLÓGICO

Enfoque filosófico de la investigación

El enfoque cualitativo puede definirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones, y documentos (Hernández, 2006,p18).

Según Esterberg (2002), las investigaciones cualitativas son aquellas que:

Se fundamentan más en un proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general. Por ejemplo en un típico estudio cualitativo, el investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca algunas conclusiones; posteriormente, entrevista a otra persona, analiza esta nueva información y revisa sus resultados y conclusiones del mismo modo, efectúa y analiza más entrevistas para comprender lo que busca. Es decir procede caso por caso, dato por dato, hasta llegar a una perspectiva más general. (Hernandez, 2006, p.9)

El enfoque cualitativo es recomendable cuando el tema del estudio ha sido poco explorado o no se ha hecho investigación al respecto en ningún grupo social específico.

Esta investigación corresponde al enfoque cualitativo, ya que está encaminado en la mejora de calidad de los servicios ofertados, el incremento de ingresos económicos y el posicionamiento en el mercado tanto local como nacional del Hospedaje rural Don Bayardo y Fam; a través de las estrategias de: mejora en la infraestructura basica del hospedaje mediante buenas prácticas sostenibles y de la promoción de marketing turístico.

Por lo tanto el enfoque cualitativo permitirá llegar a la recolección de información y posteriormente a la toma de decisiones. Mediante entrevistas, análisis de los datos obtenidos asimismo revisión de los resultados para llegar a las conclusiones.



Tipo de Investigación

Descriptiva

La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencias de un grupo o población. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2006, pág. 103)

Considerando la definición, según el alcance que puede tener el proceso de investigación y el nivel de profundidad, se centra en el marco de una investigación descriptiva ya que consistió en el proceso de recolección y análisis de información la cual ha permitido desarrollar estrategias turísticas de promoción y mejora del servicio ofertado; investigando desde una perspectiva cualitativa, llevando a cabo los pasos necesarios en el cumplimiento de nuestros objetivos para responder al planteamiento del problema.

Cabe destacar que este estudio es de corte transversal porque se realiza en un periodo académico que corresponde al II semestre lectivo del año 2016.

El estudio de corte transversal se refiere al abordaje del fenómeno en un momento o período determinado, caracterizándose por no realizar un abordaje del fenómeno en seguimiento a partir de su desarrollo o evolución. (Piura, 2000, pág. 93).

Para alcanzar el objeto de estudio se utilizaron instrumentos o técnicas de recolección de datos, que arrojaron como resultado la información necesaria sobre el fenómeno en cuestión y no datos cuánticos.

Universo y muestra

Universo o población de estudio

Es el conjunto de personas, cosas o fenómenos sujetos a investigación, que tienen en común algunas características definitivas. Ante la imposibilidad de investigar el conjunto en su totalidad, se seleccionara un subconjunto al cual se le denomina muestra. (Mercado, 2008, pág. 69)



Dicho universo lo constituyen 5 establecimientos de la comunidad Valle de Sonis, que poseen características similares al objeto de estudio.

Muestra

Es una porción significativa del universo que se selecciona para entrevistar, la muestra siempre debe tener las mismas características del universo, ya que es representativa de este. (Mercado, 2008, pág. 69)

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.

Esto facilitó:

La representatividad de los miembros.

La veracidad de la información brindada.

Participación de los principales actores involucrados.

El muestreo no probabilístico

Según Hernández & Collado (2006)

En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, si no de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra; depende del proceso de toma de decisiones de una persona o de un grupo de personas y desde luego las muestras relacionadas obedecen a otros criterios de investigación. Este tipo de muestreo, también conocido como muestreo por conveniencia no es aleatorio, razón por la que se desconoce la probabilidad de selección de cada unidad o elemento del universo. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2006)



Informantes claves

Bayardo Soriano propietario del hospedaje Don Bayardo y Fam, guías turísticos que trabajan en el establecimiento: Fausto Ramón Zelaya, Noira Soriano, Claudia Soriano, Valeska Soriano y promotor turístico de INTUR-Madriz Héctor Rodezno.

Métodos o técnicas de recolección y el análisis de datos

Toda investigación intenta, entre otras cosas, contar con información, ya sea para conocer el tema investigado o para sustentar lo que se dice. Esta información habrá que "juntarla", que tomarla de algún lugar; a eso se llama recopilación de la información o acopio de información. Así como ya se ha señalado en qué consisten las fuentes de información, ahora es importante saber cómo se extrae la información que se necesita. (Becerril, 1997, pág. 69)

Por lo cual dentro de esta investigación se utilizaran técnicas de recolección de información.

Una técnica de investigación consiste en cómo se realiza la recopilación de la información y como se necesita que esta sea recopilada. (Becerril, 1997, pág. 293).

Esta fase de recolección tiene como meta recopilar información veraz acorde a la temática de investigación para su posterior análisis.

Las técnicas de investigación

Revisión Documental

Consistió en la búsqueda y recopilación de información bibliográfica referentes al tema de investigación, de igual manera se indagó en documentos facilitados por INTUR y Puesto de información turística en el Cañón, los cuales contenían información relevante a la caracterización de la comunidad y del área protegida.



Observación participante

Se obtuvo información desde la realidad, mediante la percepción intencionada, selectiva e interpretativa del sujeto de estudio, así como: la participación en eventos culturales y la realización de recorridos establecidos por los guías del hospedaje, donde se pudo obtener información veraz y útil para la elaboración de la investigación.

Entrevistas

Se realizaron con la intensión 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.

- Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario de entrevistas

Guía de observación participante

Guía metodológica de facilitador para charlas

- Procesamiento y análisis de los datos

Se diseñaron entrevistas (ver en anexos pág 134/137) para recolectar dicha información, se procesó y analizó la información obtenida para hacer un análisis exhaustivo, con el objetivo de proponer estrategias de desarrollo turístico.

Es necesario mencionar que los datos obtenidos a través de las entrevistas son amplios e interesantes, debido a que se formularon preguntas abiertas, permitiéndole a los entrevistados expresar y relatar sus propias experiencias, generando información valiosa para el desarrollo de la investigación.



- Equipos utilizados para la recolección de información

Cámara fotográfica y de video

Computadoras

Memorias USB

Celulares

Libreta de campo

Fuentes de recopilación documental

Documentos facilitados por el propietario del establecimiento

Documentos facilitados por INTUR Madriz

Plan Nacional de desarrollo Humano (PNDH2012-2016)

Libros de turismo y documentos bibliográficos consultados en la biblioteca Urania Zelaya, FAREM Estelí

Artículos de internet para respaldar la información que facilitaron el desarrollo investigativo.

- Consideraciones éticas

Durante el desarrollo de la investigación se tomaron en cuenta las siguientes consideraciones éticas:

Se les solicito al propietario, familiares y demás participantes su consentimiento para poder aplicarles las entrevistas.

Se realizó la transcripción de la opinión de cada uno de los entrevistados, lo cual facilito la descripción de la actividad turística del establecimiento como también otras características necesarias para el desarrollo de la investigación.



Proceso metodológico por fases

En la siguiente tabla se presentan cada una de las fases que implicaron en el proceso de la investigación, estas se realizaron desde la semana dos del mes de Agosto hasta la semana dos del mes de Noviembre del corriente año.

Tabla 3. Proceso metodológico por fase

Metodología por fase	Procedimiento
Fase I. Fundamentación	- Orientaciones generales, sobre el proceso de seminario de graduación.
Científica	- Recursos didácticos para el levantamiento de Información.
	 Indagación acerca del destino donde se desarrolló el estudio.
	 En esta fase se movilizó el grupo al destino de trabajo. Semana de presentación e inicio de viajes y trabajo en el establecimiento.
	- Análisis de la situación actual del turismo en Nicaragua para redacción de la Introducción.
	 Estructura del trabajo escrito y redacción de la introducción hasta diseño metodológico brindada por el maestro tutor, Msc. Arelis Esmeralda Moreno.
	- En esta fase se continuó movilizando el grupo al destino de trabajo.



Fase II. Familiarización	 Reconocimiento del área de trabajo: se aplicó la técnica de recolección de datos de observación participante.
	- Se continuó investigando información relevante al trabajo.
	- Se establecieron cuáles serían las propuestas más convenientes según la necesidad del lugar.

Fase III. Desde la primera visita se obtuvo una visión previa sobre Observación las condiciones del lugar donde se llevaría a cabo la instigación. En esta fase se continuó investigando información relevante al trabajo que se realizaría en el lugar. Realización de entrevistas a informantes claves, para identificar más a fondo los problemas y/o necesidades. Se obtuvo una mejor perspectiva del trabajo en campo, y posteriormente se ejecutó las acciones expuestas, e intercambio de ideas en conjunto con el propietario para la mejora de infraestructura del establecimiento. IV. **Fase Ayudantía** Este proceso permitió establecer un contacto con los seleccionados, informantes cabe estacar propietarios se mostraron dispuestos a participar y apoyar en la recolección de dicha información. Proceso de revisión de información general y específica, luego se analizó y seleccionó la información que se



consideraba relevante para el estudio. Posteriormente se inició el proceso de información cualitativa de los recursos turísticos para obtener la redacción final de nuestra investigación.

- Se prepararon y revisaron los instrumentos con anticipación para llevar a cabo un proceso organizado.
- Se les solicito a los informantes claves su consentimiento para poder aplicarles las entrevistas.
- Se aplicaron las entrevistas dirigidas a los informantes claves, las cuales contienen una serie de preguntas que están relacionadas con el tema de investigación y objetivos de estudio.
- Se participio en varios tours al Cañón de Somoto, con el objetivo de conocer el proceso del guiado que realizan los trabajadores del hospedaje Don Bayardo y Fam.
- Se desarrollaron charlas de educación ambiental y marketing turístico.
- Se habilito un área de camping en conjunto con la familia.
- Se elaboró un jardín a base de materiales reciclados.
- Se elaboró un exhibidor de mostrador de cactus.
- Posteriormente se realizó la rotulación del hospedaje, mejorando el rotulo anterior, que se encontraba en la entrada al establecimiento, como también rotulando el área de camping y área de parqueo.

Fase V. Informe final

 La redacción del informe se realizó en base a toda la información obtenida de las entrevistas y de la técnica de la observación participante, búsqueda de información en documentos brindados por INTUR e información encontrada en Caseta de información turística del cañón de Somoto.

Tabla 4. Observables de la investigación

Preguntas de investigación	Objetivos específicos	Categoría	Definición conceptual	Sub- categorías	Fuente de información	Т	écnicas	Ejes de análisis
¿Cuáles son los servicios que conforman el producto turístico Hospedaje Don Bayardo y Fam?	Describir el producto turístico "Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam".	Producto turístico	Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos y las expectativas de los turistas. (Acerenza M., 2005, pág. 17)	Habitaciones Guiado Restauración	Bayardo Soriano Propietario del hospedaje y 4 personas que trabajan en el establecimie nto.	Entre vistas X	Observación participante X	¿Hace cuánto tiempo surge la idea de crear un establecimiento de hospedería? ¿Cuáles son los servicios que se ofertan en el Hospedaje? ¿Qué características posee el hospedaje?

Preguntas de investigación	Objetivos específicos	Categoría	Definición conceptual	Sub- categorías	Fuente de información	Técnicas		Ejes de análisis
¿Qué acciones de gestión sostenible se pueden implementar en el Hospedaje para desarrollar la mejora de la infraestructura ?	Desarrollar mejoras en la infraestructura básica del hospedaje mediante buenas prácticas ambientales sostenibles.	Mejora en la infraestru ctura	Mejora: Cambio o progreso de una cosa Hacia un estad o mejor. Infraestructura: Según Karl Marx, es todo el conjunto de elementos físicos y materiales como los edificios y las obras que ese encuentra en un espacio determinado.	Buenas prácticas ambiental es sostenible s	Bayardo Soriano Propietario del hospedaje. 4 personas que trabajan en el establecimi ento.	Entre vistas X	Observación participante	¿Actualmente qué problemática existe en el establecimiento? ¿Cree usted que se deba innovar en el sector turismo? ¿Por qué? ¿Qué conocimientos tiene acerca de los impactos que ha tenido el turismo en el ámbito ambiental? ¿Actualmente se realizan acciones en el Hospedaje que protejan el medio ambiente? ¿Considera importante ligar la actividad turística con el desarrollo sostenible de un destino? ¿Por qué?

Preguntas de investigación	Objetivos específicos	Categoría	Definición conceptual	Subcatego rías	Fuente de información	Técnicas		Ejes de análisis
						Entre	Observación	¿De qué manera el
						vistas	participante	turismo rural aporta al desarrollo
						Х		socioeconómico y ambiental de la comunidad local? ¿Cómo prestador de servicios turísticos, que se siente formar parte de la cooperativa COTUCPROMA?
							X	¿Se considera importante realizar mejoras en la infraestructura del hospedaje? ¿Por qué?

Preguntas de investigación	Objetivos específicos	Categoría	Definición conceptual	Sub- categorías	Fuente de información	-	Técnicas	Ejes de análisis
¿Qué estrategia de marketing turístico es la más factible para implementar en el establecimiento ?	Implementar una estrategia de promoción del marketing turístico que permita la proyección a un mercado más amplio.	Marketing turístico	Es el especializad o 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)	Herramient a de promoción	Bayardo Soriano Propietario del hospedaje. 4 personas que trabajan en el establecimie nto.	Entre vistas X	Observación participante	¿Qué conocimientos tiene acerca de estrategias de marketing? ¿En la actualidad cómo ha sido la afluencia turística en el establecimiento? ¿Cómo se promociona turísticamente el hospedaje? ¿Estaría dispuesto a pagar por la divulgación de publicidad turística?



Análisis FODA aplicado al establecimiento "Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.

Se conoce como FODA a la valoración global de las Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

El análisis externo busca oportunidades y amenazas creadas por el entorno, mientras el análisis interno se centra en las fuerzas y debilidades de la compañía. (Kotler, Bowen, Makens, Moreno, & Reina, 2004, pág. 56)

Figura 2. Análisis FODA

Positivo Negativo

Análisis Interno Análisis externo

Fortalezas

- Gran experiencia en la actividad turística por parte de los trabajadores.
- 2. Se posee los equipos de alta protección para vender deportes extremos en el Cañón.
- 3. Buena posición y ubicación geográfica
- Aledaño al mayor atractivo natural de la zona norte del país, de gran interés geológico. "Monumento Nacional Cañón de Somoto"
- 5. Gran riqueza de especies de fauna y flora en la zona cercana al establecimiento.
- 6. La administración del establecimiento está conformado por la familia.
- 7. El propietario y los asociados forman parte de la cooperativa COTUCPROMA.

Oportunidades

- 1. Garantizar la fidelidad y demanda turística.
- 2. Preferencia de los clientes por ser un establecimiento que garantiza la seguridad.
- 3. Captación de turistas que entran al país por la frontera entre Nicaragua y Honduras.
- 4. Ser partícipes de eventos turísticos y deportivos en la zona.
- 5. Genera un espacio en investigaciones científicas.
- 6. Gestión de proyectos que beneficien el desarrollo turístico local.



Análisis Interno

Debilidades

- Falta de promoción y publicidad turística del hospedaje.
- Carencia de recursos tecnológico en el hospedaje (computadoras, wifi).
- Nula aplicación de buenas prácticas turísticas sostenibles.
- Notable contaminación por desechos sólidos en los alrededores del hospedaje y del cañón de Somoto.

Análisis Externo

Amenazas

- Aumento de la demanda en la competencia.
- Pérdida de comunicación directa con el cliente.
- Cambio climático
- Desastres naturales
- Pérdida del atractivo visual y paisajístico del Cañón de Somoto.



RESULTADOS



III. CAPÍTULO: Resultados

Se considera necesario sumar esfuerzos en pro al desarrollo turístico local mediante estrategias que logren vender un producto turístico permitiéndole al turista no solo obtener servicios de alojamiento y restauración, sino también amenidades que hagan grata su estancia y aumente el valor de la empresa turística.

Es por ello que se implementaron estrategias de desarrollo turístico para el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, con el objetivo de integrar esfuerzos individuales y colectivos para la captación continua de flujos de turistas al lugar y a su vez fomentar el turismo rural desde una perspectiva sostenible.

Basándose en los estudios y actuaciones realizadas en la investigación, las estrategias fueron las siguientes:

- Estrategia 1: Mejora de infraestructura básica del hospedaje mediante buenas prácticas ambientales sostenibles
- Estrategia 2: Marketing turístico mediante herramientas de promoción y publicidad para el hospedaje.

Bayardo Soriano y demás entrevistados plantearon durante el proceso investigativo, que tienen como misión adquirir una responsabilidad por la prestación de servicios de calidad, de igual manera, a dar seguimiento a estas, considerando que los prestadores de servicios turísticos deben contribuir en todo momento a la formación o consolidación de la buena imagen de los servicios ofertados para posteriormente promocionar el establecimiento.



3.1. Descripción del producto turístico ofertado en Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam

A continuación, se describen cada uno de los servicios que conforman el producto turístico en el Hospedaje, con el objetivo de mostrar las características que poseen cada uno.

3.1.1. 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.

A través de los años han sido capacitados por INTUR en diversas temáticas relacionadas con la actividad turística, actualmente 4 miembros de su familia incluyéndolo, son guías turísticos certificados entre los cuales 2 de ellos certificados como geoguías (persona especializada en la Geología, ciencia que estudia el origen, formación y evolución de la Tierra, los materiales que la componen y su estructura). Manteniéndose activos en la actividad turística mediante recomendaciones de los clientes por su buena atención y calidad de los servicios ofertados.



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.

Esta institución tiene como propósito contribuir al mejoramiento del nivel de vida de los asociados-as y comunitarios aledaños a la cuenca del Rio Coco (territorio geoparque) a través de prestación de servicios turísticos, procesos de formación en artesanías, comercialización de productos, programas de sensibilización ambiental entre otros. Ofreciendo paquetes turísticos, entre ellos el Cañón de Somoto.

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.

Motivados por formar parte de esta cooperativa y por el gran proyecto del Geoparque Rio Coco, surge la idea del propietario de mejorar las condiciones del establecimiento, para ofrecer un mejor servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los turistas e incremente la demanda turística actual de este mismo.

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.

3.1.2. Descripción del producto turístico

En el siguiente apartado 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.

Tabla 5. Descripción del producto turístico "Hospedaje Don Bayardo y Fam"

Servicios Descripción Guiado hacia el Cañón de Somoto: se oferta el servicio de guiado turístico en impresionante Cañón de Somoto, los cuales son realizados por los turísticos guías Bayardo Soriano. Valeska Soriano. Claudia Soriano y Fausto Zelaya, para la realización de estos se tienen precios establecidos ya Bayardo Soriano guía turístico el comité por de manejo colaborativo Monumento Recorrido medio Nacional Cañón de Somoto los cuales son: Turistas nacionales costo de entrada C\$ 27.00 Recorrido corto: C\$ 300.00





Inicio de recorrido corto



Formaciones rocosas existentes en el Cañón de Somoto

Recorrido medio: C\$ 350.00 Recorrido largo: C\$ 450.00

Turistas extranjeros costo de entrada \$ 2.00

Recorrido corto : \$ 12.00 Recorrido medio: \$ 15.00 Recorrido largo: \$ 20.00

Estos recorridos se hacen bajo una grata caminata hasta el Cañón de Somoto, trasladándose desde el Hospedaje hasta el inicio del recorrido largo en la comunidad La Playa, o recorrido medio el cual tiene una distancia de 5-6 km, que se complementa con el recorrido corto donde puede realizar una caminata hasta lanchas que alquilan los aledaños con un pobladores significativo costo de C\$ 20.00 a turistas nacionales y turistas extranjeros. Este finaliza a pocos pasos de la entrada principal al Cañón de Somoto, los visitantes caminan entre grandes rocas y pequeños arroyos hasta tener la oportunidad de tirarse en la poza "Mentón" y continuar recorrido flotando ágilmente.





Recorrido en lanchas sobre las aguas del Cañón de Somoto



Vista final del recorrido corto

Por parte de la Geoguia Valeska Soriano, se puede disfrutar de un excelente guiado, donde brinda información valiosa acerca de las formaciones rocosas del cañón de Somoto, los tipos de piedras que se encuentran en la zona, dándole paso а oportunidad de realizar turismo científico. Brindando información adicional a la de un guiado turístico en esta zona, una ventaja muy competitiva ya que no todos los establecimientos aledaños tienen guías especializados en este tema.

Actividades que se pueden realizar durante el guiado :

- Natación
- Escalar las formaciones rocosas
- Observación
- Rappel
- Canotaje







Habitación Nº 1



Habitación N° 2

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.

En las instalaciones del hospedaje se puede disfrutar de la calurosa hospitalidad y del rústico estilo de las comunidades nicaragüense, el ambiente del hospedaje es muy abierto, tranquilo e invita a la cordialidad y amistad entre





huéspedes.





Comida típica nicaragüense y pan horneado de manera tradicional.



Rosquillas somoteñas

Restauración: ΕI hospedaje también ofrece deliciosos platillos nicaragüenses y bebidas típicas como refrescos naturales, los cuales resultan ser exquisitos ante el paladar de los turistas, puesto que se siente el sabor natural de un buen plato hecho de manera tradicional "a la leña" en fogones artesanales, preparan deliciosas piezas de pan, como rosquillas Somoteñas, características de la región, resultando ser un medio de ingreso adicional para la familia. "Nada más acogedor y delicioso que estar en un área campestre degustando de pan hogareño, que invita a sentirse como en casa."

Los precios de los platos varían entre: C\$60.00 desayuno o cena y C\$ 80.00 almuerzo, con su bebida incluida.







Parte de área de Camping del Hospedaje



Area de Camping

ΕI establecimiento Camping: 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 el área sede lugar a la esta, permanencia y el disfrute del atractivo Cañón de Somoto, puesto que después de un día lleno de adrenalina y aventura, se puede llegar a descansar y disfrutar del eco de naturaleza, la observación de las estrellas y el disfrute de la tranquilidad.

El camping en este lugar, es el medio propicio para dejar de lado los prejuicios a que los que somete la ciudad y ponerse en contacto con lo natural, como un recreo a las preocupaciones, trabajos y estudios.







Amplio parqueo



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 servicio de parqueo para casas rodantes.





Tours locales y excursiones por los alrededores:

Miradores: si se desea disfrutar de conocer la comunidad, el establecimiento ofrece la oportunidad de recorrer los alrededores, apreciar la vida cotidiana de los pobladores y la belleza paisajística del lugar.





Visita a los miradores

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 precio para recorrer estos miradores es opcional para el cliente.





3.1.3. Paquete turístico ofertado en Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam

El establecimiento cuenta con un paquete turístico, el cual fue brindado por Bayardo Soriano, que se presenta a continuación.

Tabla 6. Paquete turístico ofertado en Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.

Paquete (2 Días 1 Noche)Paquete básico por persona Recorridos largo, medio y corto

La belleza paisajística del atractivo Cañón de Somoto, sede lugar a la práctica del turismo rural y turismo de aventura, permite una serie de actividades como la observación de especies de flora y fauna, camping, rappel, natación, etc.

Paquete turístico incluye:

- Pago de entrada al Cañón de Somoto
- Guía turístico (visita a los miradores)
- Recorrido con su debido equipo de protección
- Alquiler de lanchas
- Plan de alimentación completo: desayuno, almuerzo y cena
- Demostración de elaboración de tortillas y comidas típicas
- Noche de alojamiento ya sea en habitaciones o en tienda de acampar (camping disminuye el precio de paquete) como el turista lo desee.
- Recorrido hacia miradores o tours locales.

Nota:

El precio del paquete varía dependiendo del recorrido que desee realizar los cuales son:

Turistas nacionales /	extranjeros
Recorrido largo: C\$ 750	\$ 30.30
Recorrido medio: C\$ 550	\$ 25.30
Recorrido corto: C\$ 500	\$ 22 30



Plan de actividades

Primer Día

- Bienvenida por parte de la familia Soriano quienes lo acogerán amablemente en su humilde hogar.
- Refrigerio de bienvenida por parte del Hospedaje
- Recorrido al Cañón (Medio, Corto o largo), aquí usted podrá elegir el recorrido de su preferencia y disfrutar de las maravillas paisajísticas de esta experiencia, donde se puede caminar entre las enormes rocas y observar las grandes paredes rocosas hasta tirarse en la poza el Mentón y continuar el recorrido nadando dependiendo del tipo de recorrido que desee realizar, si desea puede realizar tours en la comunidad o alrededores o disfrutar de un hermoso atardecer en los diferentes mirados que posee el Cañón de Somoto.
- Avistamiento de flora y fauna
- Almuerzo
- Tarde libre para compartir experiencias con la familia.
- Cena

- Segundo día

- Desayuno
- Participación en la elaboración de tortillas
- Si es día de horneado podrá participar en la elaboración de exquisito pan casero.
- Almuerzo

Fin del paquete



3.2. 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.

Este inciso hace referencia a la educación ambiental para la vida, el cual el Gobierno actual se ha planteado como una de sus metas promover el conocimiento, para continuar fortaleciendo los valores ambientales hacia una cultura de respeto y amor a la madre tierra en la población nicaragüense, para que actúe positivamente desde la familia, en toda la nación.

Este propósito se logrará mediante el desarrollo de procesos educativos, campañas de comunicación directa y por los medios, que tomen en cuenta la problemática local, regional, nacional y global.

Por lo tanto se considera 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.

En el siguiente apartado se presenta de manera descriptiva el esfuerzo físico que se puso en práctica para la mejora del establecimiento Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, el cual hizo posible aportar al desarrollo local, y la responsabilidad socio-ambiental de un turismo sostenible mediante las acciones estratégicas implementadas.



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
- 2. Habilitación de un área de camping
- 3. Creación de un jardín haciendo uso de desechos sólidos
- 4. Aprovechamiento de recursos existentes en el medio



3.2.1. Acción estratégica 1. Charla de educación ambiental para el desarrollo sostenible local

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.

Objetivos:

- Dar a conocer la problemática ambiental que se presenta en el mundo actual.
- Concienciar a los participantes de los problemas ambientales y mostrarse sensibles ante ellos.
- Fomentar interés en la participación y mejora del entorno.
- Promover un cambio de actitud medio ambiental.

Preparación de charla: El propietario Bayardo Soriano, manifestó que era necesario profundizar en temas medio ambientales, puesto que han participado en diversas capacitaciones sobre temas ligados a la educación ambiental, sin embargo, nunca se fomentó una cultura de respeto por el cuido y protección de la riqueza natural que se posee. Para esto se convocó a los participantes.

Presentación de los conceptos: Se dio a conocer conceptos de los diferentes temas ligados a la educación ambiental y el desarrollo sostenible local, entre estos:

- Educación ambiental y su importancia para el turismo
- Contaminación ambiental (causas, consecuencias y acciones en pro)
- Regla de las tres "R's



- Desarrollo sostenible
- El desarrollo sostenible y el espacio local.

Explicar ¿Por qué es importante este tema?

Se explicó la importancia de la educación ambiental para el desarrollo local, dando a conocer que existe una relación fuerte entre el hombre con su ambiente, con su entorno y que debe tener un cambio de actitud, una toma de conciencia sobre la importancia de conservar para el futuro para mejorar nuestra calidad de vida.

Presentación de videos de sensibilización

Se presentaron los videos "mira lo que pasa si echas plástico o basura en el mar" "¿Qué pasa con la basura?, encontrados en la web para sensibilizar a través de la realidad que se vive y fomentar interés en la participación de mejora del entorno, promoviendo un cambio de actitud medio ambiental.

Resultados

Pregunta a los participantes ¿Que piensan sobre los temas abordados?: Luego de realizar dicha pregunta, se adquirieron compromisos a través de una Iluvia de ideas.

Compromisos

- Reutilizar ciertos residuos sólidos existentes en el establecimiento y los alrededores, haciendo uso de las 3 "R" s para la minimización de estos
- No quemar basura en el establecimiento ni fuera de éste, recolectarla y depositarla en el puesto ubicado en la entrada principal del Cañón de Somoto, para su posterior recolección por parte de la alcaldía
- Utilizar los residuos orgánicos como abono para las plantas
- Fomentar a los turistas al cuido y protección del medio ambiente
- Reducir el consumo de productos envasados en plásticos o aluminios
- Aprovechar el agua que se recupera de los techos, para reducir el consumo innecesario del agua potable.



Conclusiones de los participantes

Se llegó a la conclusión de que es necesario ser solidarios con el medio ambiente, a través de medidas prácticas y sencillas para contrarrestar los daños ocasionados, por ende preservar el entorno.

- La contaminación causa graves daños al medio ambiente a veces irreversibles
- Se necesita que se cuiden y protejan los recursos existentes con los que se trabaja en la industria turística y el entorno en general.



3.2.2. Acción estratégica 2. Habilitación de área de camping

Según la Ley No. 306 ley de incentivos para la industria turística de la república de Nicaragua establece que son áreas de acampar: sitios con instalaciones para acampar y/o para aparcar unidades de caravaning (vehículos automotores o de remolques que sirvan para alojamiento), que estén equipados con servicios de acceso, agua potable y electricidad, y otros servicios mínimos para los viajeros.

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, las cuales son: 1 servicio higiénico, 1 lavamanos, duchas, electricidad y agua potable.

Sin embargo, este no estaba debidamente delimitado y acondicionado, ya que se localizaba en un terreno difícil que no prestaba las condiciones necesarias para instalar una tienda de acampar, como también contaba con una serie de limitaciones como:

- El área se encontraba en una pendiente inclinada, debido a que el propietario del establecimiento no tenía un área definida de camping, los turistas instalaban sus tiendas en cualquier espacio del establecimiento
- Localización en un suelo ligeramente pedregoso
- No se contaba con la existencia de un depósito de basura para el área
- Falta de disposición de señalización de área camping.



Es por ello que 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.

Habilitación del área de camping en Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam



Figura 3. Delimitación del área de camping

Para la delimitación de esta área, se procedió a visualizar y decidir en conjunto con el propietario, de cuál sería el terreno más apropiado para la ubicación de esta. Se seleccionó este espacio debido a que es necesario el buen diseño y localización para su posterior ocupación temporal por turistas.



Diseño de área de camping

Para el diseño del área de camping se realizaron las medidas necesarias para saber qué capacidad de tiendas caben en el área delimitada, para esto se utilizó el programa Chiefarchitect, determinándose un total de 6 tiendas por cada metro.

Las medidas corresponden a:

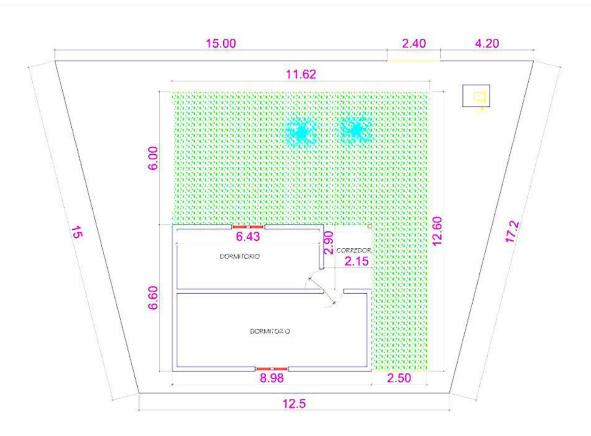
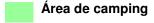


Figura 4. Diseño y medidas del área de camping





Fuente propia: Diseño de área camping en programa Chiefarchitect



Fuente propia: Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam



Para la realización de este paso, se utilizaron herramientas como: barras, palas, picos y carretillas.

Pasos:

- Recolección de madera y rocas que se encontraban en al área
- Se cabo para nivelar el terreno, en este proceso se removió tierra para rellenar un espacio del área que se encontraba pedregoso
- Se colocó una capa de tierra para que sirva como alfombra natural para colocar las tiendas de campaña
- Posterior a esto se procedió a sembrar césped Kikuyo (pennicetum clandestinum), se seleccionó este ya que su crecimiento es muy agresivo e invasivo el cual forma una alfombra muy tupida si se si corta bajo, tolera bien el calor y la sequía
- Se realizó debida señalización del área
- Se reutilizo un bote como recipiente de basura.







Acondicionamiento del area









3.2.3. Acción estratégica 3. Creación de jardín haciendo uso de los desechos sólidos

Hoy en día, casi todo está hecho de plástico, éste se ha convertido en el material más popular de la historia. Se sabe que el plástico no es biodegradable, y que puede durar siglos y siglos en el ambiente, que no se va a degradar por completo. A veces no hace falta enviar a reciclar algunas de esas botellas, ya que podemos darle un poco más de vida útil a través de la reutilización. Por lo tanto tomando conciencia al daño que causa al planeta, se procedió a sensibilizar a los trabajadores del establecimiento y sus familias para crear conciencia y fomentar una cultura de respeto y amor por la madre tierra mediante una charla de educación ambiental para la sensibilización.

Hacer un jardín con materiales reciclados en estos tiempos es una buena alternativa, ya que la contaminación ha ido degradando la tierra de manera acelerada. Cada vez son más los elementos contaminantes que terminan en los ríos y tierras, lo que impedirá en un futuro disfrutar de las maravillas que la naturaleza nos ofrece; es por esto que es muy conveniente que se realicen acciones que permitan contrarrestar daños acelerados al ecosistema. Para ello se puede hacer uso de cualquier material reciclado en los hogares.

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.

Para la realización de estas acciones se contó con la participación de la familia Soriano, entre ellos niños, jóvenes y adultos. Con la construcción de este jardín se espera que; sirva de modelo para la implementación de buenas prácticas que ayuden a la resiliencia⁶ al cambio climático, a través de la creación de espacios naturales y decorados; de ésta manera no solamente se le da un realce a la imagen del hospedaje, sino que también se contribuye a la larga lucha contra el



impacto ambiental. Sirviendo como modelo el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam para la el resto de establecimientos y toda la comunidad Valle de Sonis, ya que esta lucha es de todos los habitantes de este planeta.

A través de los siguientes procedimientos:

Tabla 7. Creación de jardín ecológico

Resultados	Procedimiento
	Se observó y valoró la cantidad de botellas plásticas que se encontraban dentro del hospedaje y sus alrededores para su posterior recolección.
	Se procedió a llenarlas con agua y colorante artificial, para darle un toque decorativo.





El siguiente paso consistió en insertar las botellas como barrera para retener la tierra y construir los jardines.







Finalmente se sembraron plantas ornamentales como: Chinas o Alegría originaria de China e India cuyo nombre científico es Impatiens balsamina y Geranios (Pelargo niumhortorum) entre otras, las cuales se recolectaron en los alrededores del hospedaje y viveros.







Fuente propia: Resultado final de la creación de jardín ecológico



3.2.4. Acción estratégica 4. Aprovechamiento de los 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.

Cabe mencionar que el recurso forestal fue adquirido producto de caída natural, el cual guardaba el propietario sin función alguna antes de ser utilizados para la mejora de infraestructura básica del hospedaje.

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



Tabla 8. Elaboración de bancas con recursos del medio

Pasos de Resultados elaboración Primeramente, se escogieron tres puntos estratégicos, para el disfrute de la tranquilidad que ofrece este ambiente acogedor. Posteriormente se cavaron agujeros en la tierra para colocar los troncos, lo cuales se utilizaron como soporte de las bancas. completar Para esta acción se requirió de materiales como barra, pala, martillo, clavos y sin obviar la fuerza física.







Finalmente se instauraron las bancas en los lugares predestinados, dando un realce armónico con el entorno rural.



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.

Tabla 9. Elaboración de exhibidor de cactus

Resultados Pasos de la elaboración Se utilizaron las tablas, las cuales se midieron para determinar el tamaño que se le daría al exhibidor, luego se cortó en tres partes diferentes hasta quedar en tamaño descendiente desde grande (1.73 cm), mediano (1.14 cm), pequeño (72 cm), con una distancia de espacio 30 cm. Para este procedimiento se necesitaron materiales como: cinta métrica. serrucho, nivel, y alambre de amarre para sujetarlo desde las vigas sobresalientes de del techo por la pared exterior de la habitación.







Siguiendo el procedimiento fueron pintadas en color café, para mayor durabilidad y mejor contraste. Materiales utilizados: pintura de aceite, thiner (para diluir la pintura), brocha.





Una vez finalizado el exhibidor, se recolectaron algunas especies de Cañón de Somoto, cactus en el introdujeron también otras se encontrados en viveros para dejar una colección atractiva de éstos. Entre las especies recolectadas Mamillariagracilis, Opuntia microdasys"Alas de angel", Opuntia Microdasys "orejas conejo"Mamillariaelongata, Mamillariakarwinskiana, Hueniakenitu Opuntia brasiliensis, Hechinopsisma millosa, Opuntia SPP "forma mounstruosa".







Luego se reutilizaron recipientes a los que se les dio una forma más estética, pintados en color amarillo para realzar el verde de los cactus. Materiales utilizados: pintura de aceite, thiner, brochas.











Finalmente se sembraron los cactus en los recipientes ya listos, sobre el exhibidor con su respectivo nombre común y científico, dejando una muestra de algunas especies de flora predominante en el lugar con mucha importancia.



Por último, se aprovecharon pequeños trozos de madera para señalizar las principales áreas como: parqueo y camping. Asimismo, se restauró el rótulo principal ubicado en la entada del establecimiento.

Tabla 10. Rotulación y señalización





En primera instancia se diseñaron moldes de letras, de manera, que fueran visibles al lector.

Se pintó un trozo de madera en color café como base, una vez seco se plasmó la palabra indicadora "parqueo", en color amarillo.

Finalmente se colocó en el lugar correspondiente.

Materiales utilizados:

Pintura de aceite color café y amarillo, thiner, brochas, serrucho, clavos, martillo, barra.

Para moldes de letras:

Papel cartulina, lápiz, regla, tijeras.

Es importante resaltar que los colores que se utilizaron para los rótulos son los más apropiados en espacios naturales para la armonía entre la vista de las personas y la fauna existente.





Siguiendo los mismos pasos de la elaboración del rótulo anterior, se creó el segundo para indicar el área de camping.









Antes

Después



Para cerrar con esta jornada, se rehabilitó el rótulo principal de entrada la hospedaje, con un retoque más llamativo que el antiguo, siguiendo los pasos los mismos pasos elaboración. Se tomó en cuenta reflejar la información básica de los servicios que se ofrecen en el lugar.



3.3. 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 púbico, 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
- 2. Creación de una página en un perfil de Facebook
- 3. Diseño de un brochure publicitario
- 4. Diseño de tarjeta de presentación
- 5. Diseño de una revista turística
- 6. Elaboración de un video promocional



3.3.1. Acción estratégica 1. Charla de marketing turístico

Se realizó una charla con la temática "Marketing turístico"; Considerando de suma importancia dar a conocer información necesaria sobre esta temática a los miembros del hospedaje para su próxima implementación.

En este proceso participaron trabajadores del establecimiento, familiares del propietario, entre ellos jóvenes y adultos.

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

Preparación de charla: 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.

Presentación de los conceptos: se dio a conocer conceptos de los diferentes temas ligados al marketing turístico entre estos:

- Marketing turístico y su importancia
- Promoción turística
- Estrategias promoción
- Herramienta de publicidad
- Revista turística
- Redes sociales para la publicidad y mercado en negocios turísticos.



Explicar ¿Por qué es importante este tema? Se explicó la importancia del Marketing para el desarrollo turístico del establecimiento.

Presentación de capturas de pantallas

Se presentaron capturas de pantalla del procedimiento para acceder a los perfiles en redes sociales, correo electrónico, también mostraron ejemplares de brochure, revistas turísticas y videos promocionales para la promoción turística.

Resultados

Pregunta a los participantes ¿Cuáles de las estrategias de promoción y publicidad presentadas consideran más práctica para el establecimiento?:

Considerando la importancia de la opinión de los miembros de los participantes, se logró concretar las estrategias de publicidad más factibles para ejecutarlas en el hospedaje a través de una lluvia de ideas.

Compromisos

- Potencializar el producto turístico a través de la divulgación de las estrategias de publicidad diseñadas para el establecimiento.
- Revisar de manera continua los correos y perfiles en redes sociales para mantener el contacto con los clientes.

Conclusiones de los participantes:

Se concluyó que es necesario, aplicar medidas prácticas y sencillas para promocionar el establecimiento y por ende para su desarrollo.

Es importante actualizarse con la tecnología para potencializar el producto turístico y mantener el contacto con los clientes.



3.3.2. Acción estratégica 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.

Una red social muy popular es Facebook, más que una red social es un estilo de vida de muchas personas, debido a sus diferentes herramientas con facilidad de usos como: publicación de fotos, videos, comentarios, preguntas, chat, video llamadas, entre otras. Lo cual hace que sea parte del día a día de muchas personas.

Las páginas gratuitas son el canal de Facebook para mostrar un negocio y sumar fans. La regla número uno es que la identidad social no se mezcle con la del negocio o actividad laboral, no solo porque afecta la imagen del negocio, sino que también los perfiles personales tienen un límite o tope de 5.000 amigos; las Páginas, en cambio, no tienen tope para sumar fans. Así que con ellas se podrá siempre aumentar la cantidad de potenciales clientes.

Por consiguiente, en primer lugar, se creó una cuenta de correo electrónico en Gmail⁷, 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.



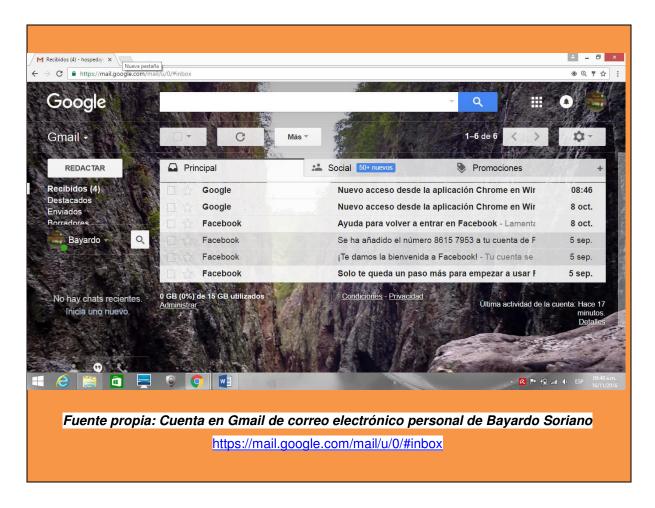
Las razones principales por las que se decidió implementar esta acción estratégica fueron las siguientes:

- Promover el potencial del producto turístico a través de imágenes y videos online⁸.
- Posicionar y promocionar al establecimiento de una forma efectiva.
- Fidelizar al seguidor manteniendo un contacto directo y cercano.
- Informar sobre actividades, actos y eventos sobre el destino.
- Conocer las estadísticas y reportes sobre la evolución de fans: la cantidad de visitas a la página, sobre publicaciones, personas que hablan sobre el sitio, entre otros. Por medio de esta información comprobar si se cumplen o no los objetivos y cómo obtener mejores resultados.

A continuación, se muestran capturas de pantalla sobre el procedimiento para crear la página en el perfil de Facebook, asimismo la evolución que ha tenido durante el periodo en funcionamiento:

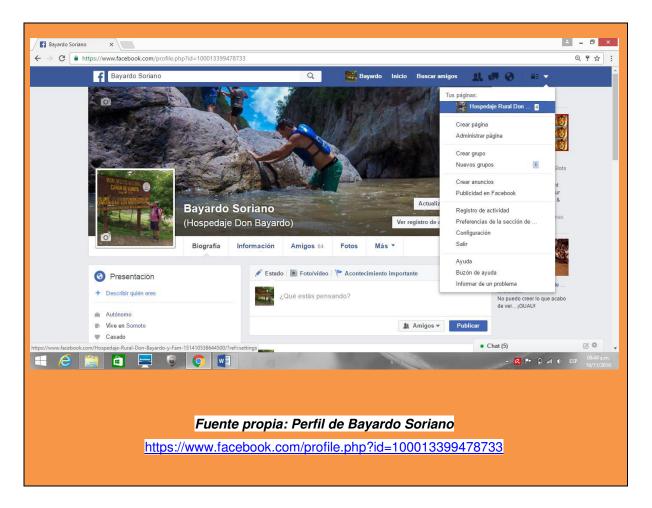


Paso 1. Creación de correo electrónico



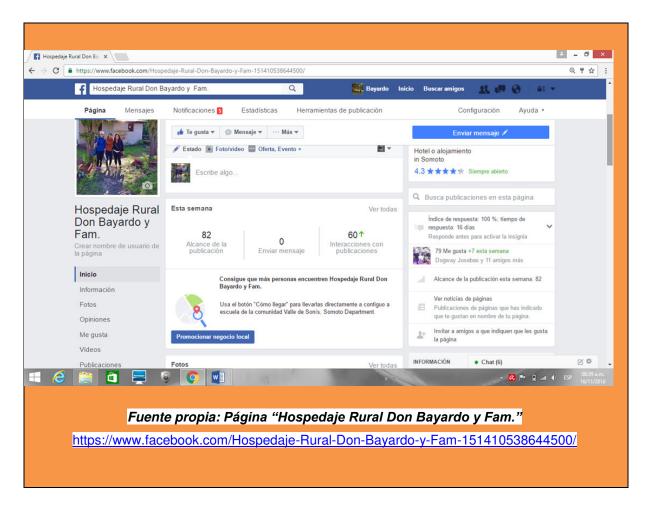


Paso 2. Creación de un perfil en Facebook





Paso 3. Creación de página de Facebook del establecimiento



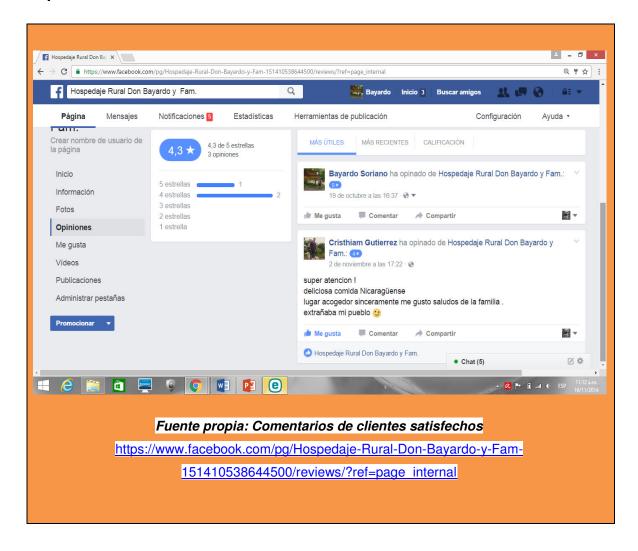


Estadísticas de seguidores





Opiniones de clientes





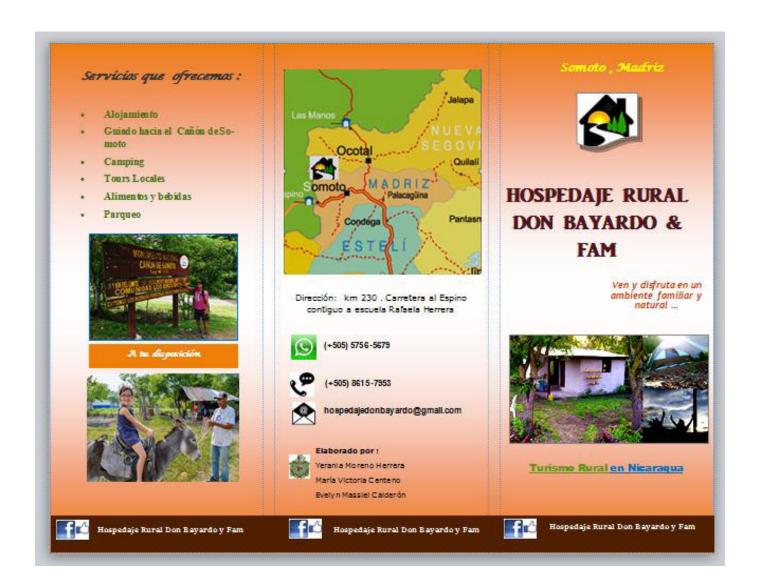
3.3.3. Acción estratégica 3. Diseño de brochure turístico

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.

Se tiene como objetivos: estimular la demanda turística actual del hospedaje, generar interés en el cliente con respecto a los servicios que desea adquirir, por medio de una imagen clara diferenciada del resto de los establecimientos turísticos, puesto que con las mejoras a la infraestructura básica del hospedaje se aplicaron buenas prácticas sostenibles, que al proyectarlas mediante un brochure se busca generar una actitud favorable, posicionando el producto en la mente del consumidor.

Brochure turístico del Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.



¿QUIENES SOMOS ?

Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, ubicado en la comunidad Valle de Sonis, del municipio de Somoto. Como su nombre lo indica, es un hospedaje familiar, de estilo rustico, tipico de la zonas rurales de nuestro país. La hospitalidad y seguridad nos caracteriza. Nuestra familia trabaja en el sector turismo y nos complace brindarles la mejor calidad de nuestros servicios.





SERVICIOS OFERTADOS

 Guiado hacia el Cañón de Somoto: se oferta el servicio de guiado turístico en el impresionante Cañón de Somoto, debido a que es el principal atractivo de visita a la comunidad que presenta impresionantes formaciones rocosas.



Alojamiento: el establecimiento cuenta con un total de 5 habitaciones, disponibles para la acogida de turistas que visitan la Comunidad de Sonis, 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: también se ofrece deliciosos platillos nicaragüenses los cuales resultan ser exquisitos ante el paladar de los turistas, puesto que se siente el sabor natural de un buen plato hecho de manera tradicional "a la leña".

Camping: El camping en este lugar, es el medio propicio para dejar de lado los prejuicios a que los que somete la ciudad y ponerse en confacto con lo natural, como un recreo a las preocupaciones, trabajos y estudios.



Parqueo :también se cuenta con un amplio parqueo, permitiéndole al visitante seguridad de sus bienes y protección de su automóvil.

Tours Locales: Si se desea disfrutar de conocer la comunidad, el establecimiento ofrece la oportunidad de recorrer los alrededores, apreciar la vida cotidiana de los pobladores y la
belleza paisajística del lugar. Se ofrecen caminatas hasta tres miradores
que posee el Cañón De Somoto.





3.3.4. Acción estratégica 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.

Es posible dar más de una tarjeta de presentación a una persona, sobre todo si menciona que conoce a alguien que le puede interesar y que el posteriormente le entregue a la persona indicada. (Salinas, Networking nights, 2013)

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 intercambiaran 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.

Tarjeta de presentación





3.3.5. Acción estratégica 5. Diseño de 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.

A continuación se presenta la revista elaborada para el Hospedaje Don Bayardo y Fam.



REVISTA TURÍSTIC A

Pagina !

Comunidad Valle de Sonís, municipio de Somoto, Departamento de Madriz

La Comunidad valle de Sonis se ubica a unos 13 km al este de la ciudad de Somoto, entre los caseríos de El Espino, Las Papayas y El Guayabo. Se localiza unos 240km al noroeste de la ciudad de Managua y a 1km de la frontera entre Honduras y Nicaragua. Al llegar a la comunidad de Sonis se puede apreciar una maravillosa vista panorámica lo que se le atribuye a su posición geográfica, posee diversos atractivos naturales y culturales en su mediano territorio, compuesto por altos valles interrumpidos por montañas en donde predominan frescas temperaturas

¿Quienes somos?

Hospedaje rural Don Bayardo y Familia como su nombre lo indica, es un hospedaje familiar, de estilo rustico, típico de las zonas rurales de nuestro país. La hospitalidad y seguridad nos caracteriza. Nuestra familia trabaja en el sector turismo y nos complace brindarles la mejor calidad de nuestros servicios.

¿A que nos dedicamos?

Actividad Turística

Por nuestra ubicación geográfica, contamos con un destino turístico único en nuestro país como lo es el Cañón de Somoto, por lo tanto nuestra principal actividad es el turismo, lo cual se convierte en una fuente del desarrollo local.





Agricultura y q anadería

Nos dedicamos también al cultivo de granos básicos como frijol, maíz en pequeña escala para el consumo familiar, al igual que a la ganadería en pequeña escala. Hemos enlazado nuestras actividades cotidianas con la actividad turística para lograr una plena satisfacción del turista.

Cuadro de texto

VOLUMEN 1, Nº 1

Página 3

Monumento Nacional Cañón de Somoto

Se localiza en la entrada norte del país por medio del puesto fronterizo El Espino, con un potencial natural impresionante y con excelentes vistas panorámicas, que permiten la observación de flora y fauna, además de recursos potenciales para su desarrollo. Este atractivo turístico natural, conocido por los pobladores cercanos como la estrechura de Namanoambre, se caracteriza por estar formado por grandes paredes rocosas y por iniciar con el recorrido del Río Coco desde el encuentro de los ríos Tapacalí y Comalí. Es un atractivo conocido a nivel local, nacional e internacional.















VOLUMEN 1, Nº 1

Página 5

Guiado al cañón

Hospedaje don Bayardo y Jam se especializa en realizar tours a este majestuoso destino turístico, desde hace más de 10 años brindándoles los equipos necesarios para su recorrido.



Además visitamos los diferentes miradores donde se puede observar el Recorrido Medio que permite recañón y las comunidades cercanas.

Contamos con guías certificados y llenos de experiencias. Siéntase seguro to que de emprender este maravilloso viaje cañón. con nosotros.



Ofrecemos 3 tipos de recorridos:

Recorrido Largo Inicia desde la comunidad La Playa.

Recorrido Medio que permite recorrer la mitad del Cañón y se complementa con el recorrido corto que integra la parte interna del cañón.

Recorrido Corto se considera la ruta más corta y relativamente fácil, apta para la mayoría de visitantes.



ragina o

Elaboración de Pan





Elaboración de tortillas y comida tradicional



Además de participar en la elaboración de comidas tradicionales y de las deliciosas tortillas elaboradas por Doña Susana, usted puede degustar de ellas acompañado de una exquisita tasa de café.



Alimentos y Bebidas



Ofrecemos una gastronomía local con exquisito sazón, donde podrá sentirse parte de nuestra familia y compartir sus experiencias con nosotros, mientras degusta los platillos servidos por laboriosas manos, además si usted lo desea también puede observar la elaboración de estos platillos típicos de la zona rural de nuestro país.

VOLUMEN 1, Nº 1

Página 7

¿Donde estamos ubicados?



A unos 13 km al este de la ciudad de Somoto, entre los caseríos de El Espino, Las Papayas y El Guayabo. Se localiza unos 240 km al noroeste de la ciudad de Managua y a 1 km de la frontera entre Honduras y Nicaragua. Contiguo a escuela Valle de Sonis. Solicitar al chofer del bus que lo deje en escuela.

Horario de buses para llegar a la comunidad

Hora de salida	El pichón	
05:15	A. carrasco	
06:15	Martínez	
07:15	A. carrasco	
08:45	El pichón	
10:30	Martinez	
11:45	A. carrasco	
12:30	El pichón	
01:30	Martinez	
02.45	A. carrasco	
04:15	Martinez	







3.3.6. Acción estratégica 6. Elaboración de 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 turístico visitar, es por ello que como prestadores de servicios se debe de hacer uso de estas herramientas para lograr generar captación de clientes.

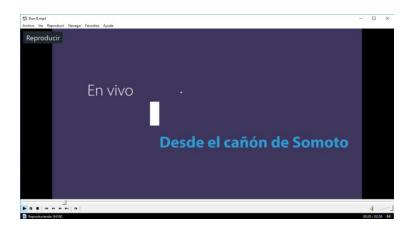
Con la elaboración de este video, se pretende expandir los horizontes para llegar al público nacional e internacional el cual se presenta en el perfil de la página que se creó en la red social Facebook, de esta manera motivar a los turistas a visitar este majestuoso destino turístico, creando una imagen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

También con los objetivos de: Dar a conocer el producto turístico a través de internet y captar la atención del usuario web, puesto que un video promocional sirve como medio audiovisual, que se considera una herramienta sencilla pero eficaz, para promocionar cualquier destino turístico y de esta manera llegar a un público más amplio.

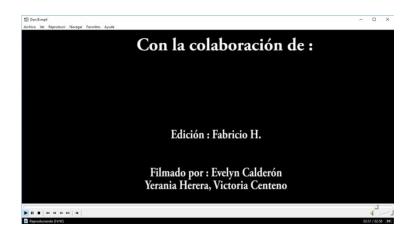
Capturas de pantalla de video promocional













CONCLUSIONES

Es necesario trabajar por un turismo sostenible que se dirija en la transformación de prácticas sencillas pero eficaces en negocios turísticos, debido a que al realizar una serie de cambios positivos en cualquier empresa turística se fomenta una industria rentable, social y ambientalmente responsable.

- 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 practicas 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

A propietario y trabajadores del Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam

- 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.

A estudiantes de turismo y carreras afines

- Dirigir esfuerzos e investigaciones que promuevan el turismo rural y el desarrollo local para el fortalecimiento del turismo en el país y la erradicación de la pobreza.
- Tomar en cuenta a los pequeños negocios en vías de desarrollo para las futuras investigaciones que contribuyan a un cambio en términos ambiental, económico y social.



ANEXOS



ANEXOS

Matriz de cuestionario de entrevista Nº 1

Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua UNAN – Managua Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí FAREM – Estelí



Guia de entrevista turística

Entrevista dirigida a propietario del Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.

La presente entrevista tiene como fin recopilar información general y específica sobre el establecimiento *hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.* La cual es necesaria para el avance de la investigación: "estrategia de desarrollo turístico"; por lo que se requiere su colaboración. Gracias.

Estimado Sr, actualmente estamos realizando seminario de graduación para optar al título de Lic; en Turismo Sostenible, por lo cual solicitamos su colaboración para completar la siguiente entrevista.

N° de entrevista	Fecha		
Nombre:			Cargo:
	Edad:	Sexo:	

Aspectos generales sobre el producto turístico

- 1. ¿Hace cuánto tiempo surge la idea de crear un establecimiento de hospedería?
- 2. ¿Cuáles son los servicios que se ofertan en el Hospedaje?



- 3. ¿Actualmente que problemática existe en el establecimiento?
- 4. ¿Cree usted que se deba innovar en el sector turismo? ¿Por qué?
- 5. ¿Qué conocimientos tiene acerca de los impactos que ha tenido el turismo en el ámbito ambiental?
- 6. ¿Actualmente se realizan acciones en el Hospedaje que protejan el medio ambiente?
- 7. ¿Considera importante ligar la actividad turística con el desarrollo sostenible de un destino? ¿Por qué?
- 8. ¿De qué manera el turismo rural aporta al desarrollo socioeconómico y ambiental en la comunidad local?
- 9. ¿Cómo prestador de servicios turístico que beneficios trae formar parte de la cooperativa COTUCPROMA?
- 10. ¿Qué conocimientos tiene acerca de estrategias de marketing?
- 11. ¿Cómo se promociona turísticamente el hospedaje?
- 12. ¿Estaría dispuesto a pagar por la divulgación de publicidad turística?

Gracias por su colaboración.



Matriz de cuestionario entrevista Nº 2

Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua UNAN – Managua Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí FAREM – Estelí



Guía de entrevista turística

Entrevista dirigida a trabajadores del Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.

La presente entrevista tiene como fin recopilar información general y específica sobre el establecimiento *hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.* La cual es necesaria para el avance de la investigación: "estrategia de desarrollo turístico"; por lo que se requiere su colaboración. Gracias.

Estimados Sres. /as, actualmente estamos realizando seminario de graduación para optar al título de Lic; en Turismo Sostenible, por lo cual solicitamos su colaboración para completar la siguiente entrevista.

N° de entrevista	recna		
Nombre:			Cargo:
	Edad:	Sexo:	

Aspectos generales sobre el producto turístico

- 1. ¿Cree usted que se deba innovar en el sector turismo? ¿Por qué?
- 2. ¿Qué conocimientos tiene acerca de los impactos que ha tenido el turismo en el ámbito ambiental?
- 3. ¿De qué manera el turismo rural aporta al desarrollo socioeconómico y ambiental de la comunidad local?



- 4. ¿Considera importante ligar la actividad turística con el desarrollo sostenible de un destino? ¿Por qué?
- 5. ¿Qué conocimientos tiene acerca de estrategias de marketing?
- 6. ¿En la actualidad cómo ha sido la afluencia turística en el establecimiento?
- 7. ¿Cómo se promociona turísticamente el hospedaje?
- 8. ¿Le gustaría implementar herramientas de publicidad que ayuden a la promoción turística?
- 9. Cómo prestador de servicios turístico que beneficios trae formar parte de la cooperativa COTUCPROMA?

Gracias por su colaboración.



Guia de observación participante

El objetivo de este instrumento es que, por medio de los aspectos plasmados a continuación, se pueda obtener una valoración acerca de las condiciones en que se encuentra el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam, obteniendo una información valida, clave para el desarrollo del estudio.

Vías de acceso

Medios de transpor	te:		
Terrestre		Acuático	
Público			
Privado			
Estados de las vías	terrestres:		
Deficiente	Bueno	Muy bueno 🔲	Excelente
Asfaltado		Tierra 🔲	
Observaciones			
Medios de comunic	ación:		
Telefonía celular 🔲	3	Telefonía fija 🔲	
Internet		Radio	
Sistemas de red			
Agua potable			
Energía eléctrica			
Aguas Negras			



Protección y conservación al medio ambiente:				
Deficiente	Bueno	Muy bueno 🔲	Excelente	
Observaciones				
Principal actividad	d económica			
Características qu	ıe posee el Hosped	laje:		
Tipo habitaciones				
Estado en que se e	encuentra			
¿Posee servicios c	omplementarios?			
Observaciones				
¿Se aplican buena	as prácticas soster	nibles?		
¿Es necesario rea ¿Por qué?	lizar mejoras en la	infraestructura básica o	del Hospedaje?	



Guía del facilitador para charlas de sensibilización, en temas de turismo sostenible y marketing turístico.

La presente guía del facilitador contiene datos sobre las características de un facilitador e instrumentos para la realización y desarrollo de charlas en temas de:

- Educación ambiental para el desarrollo sostenible local: residuos sólidos, contaminación ambiental, cambio climático, marketing turístico, estrategias de marketing.
- **Marketing turístico:** Promoción, publicidad, herramientas, su uso en el turismo.
 - o Este modelo de guía fue facilitado por INTUR- Madriz.

Estructura del material de sensibilización:

- ¿Qué significa y cuál es la importancia?
- Consejos prácticos para la empresa y el hogar
- Ejercicios sencillos, de fácil entendimiento y aplicación para todo público
- Casos exitosos: los casos exitosos podrían ser el elemento que ayude más al participante a recordar los temas del taller.

Aspectos logísticos de las facilitadoras

Procurar que la convocatoria sea efectiva, auxiliarse y otorgar responsabilidad a los participantes.

Tratar que el lugar donde se desarrolle la charla reúna las condiciones adecuadas para el desarrollo del mismo, en cuanto a iluminación, ventilación.

Apertura a la charla: establecer reglas claras con el grupo, explicar los objetivos y las metas esperadas.

Aspectos a verificar

- Mencionar los objetivos de la charla ¿Qué queremos lograr?
- Mencionar los objetivos específicos ¿Cómo lograrlo?
- Propiciar un ambiente de confianza: establecer un acercamiento con los participantes (presentarse, saludar, sonreír, etc.)
- Dialogar de manera informal con los participantes, previo a la apertura de la actividad
- Observar los comportamientos no orales
- Confirmar lo que se aprendió.



- Incentivar a los participantes a involucrarse en los ejercicios
- Desarrollo de la presentación
- Utilizar técnicas para hacer preguntas: hacer preguntas claras y directas
- Cierre de la charla: hacer un resumen de la charla, solicitar a los participantes comentarios adicionales.
- Evaluar la charla y evaluar al facilitador: mediante comentarios

Agenda para la ejecución de charlas

Tabla 11. Agenda para la ejecución de charlas

Tiempo : Pm	Actividad	
2:00 - 2:05 2:05 - 2:20 2:20 - 3:15 3:15 - 3:45 3:45 - 4:45	 Presentación de los participantes Explicación de los objetivos y la metodología de la charla Desarrollo del tema de "educación ambiental " Receso Desarrollo del tema № 1 de educación ambiental: residuos sólidos, contaminación ambiental, las R de sostenibilidad, desarrollo sostenible, importancia de la educación ambiental en el turismo. Cierre da la charla Conclusiones y compromisos 	
2:00 - 2:05 2:05 - 2:20 2:20 - 3:15 3:15 - 3:45 3:45 - 4:45	 Presentación de los participantes Explicación de los objetivos y la metodología de la charla Desarrollo del tema de "marketing turístico" Desarrollo del tema Nº2 marketing turístico: estrategias de marketing, estrategia de promoción, herramienta de publicidad, revista turística, video publicitario, brochure turístico, tarjeta de presentación, Redes sociales para publicidad y mercado en negocios turísticos, Facebook. 	
4:45 - 4:55 4:55 - 5:30	Cierre da la charlaConclusiones y compromisos.	



Desarrollo metodológico de temáticas para charla Módulos:

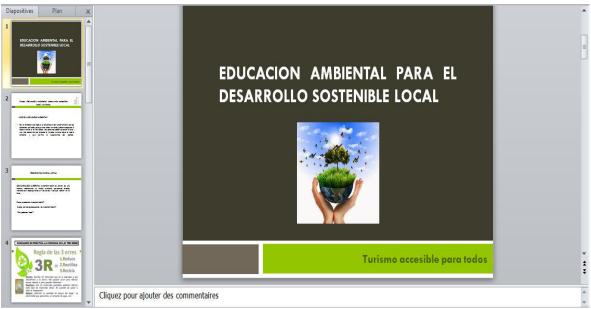
Educación ambiental para el desarrollo local y marketing turístico

Tabla 12. Desarrollo metodológico de temáticas para charlas

Actividades	Procedimiento	Materiales/equipo a utilizar
Presentación de los conceptos	La facilitadora será la responsable	Computadora
Explicar los conceptos Preguntas a los participantes que piensan sobre estos	Lluvia de ideas	Computadora
Explicar ¿Por qué es importante este tema?	Desarrollo de los temas	Papelografos, hojas de colores, marcadores.
Presentación de videos de sensibilización	Resaltar los aspectos más importantes.	Computadora, cámara fotográfica.
Conclusiones.		



Imágenes tomadas, de la presentación en Power Point de charlas dirigidas en el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.



(Fuente propia) charla de educación ambiental



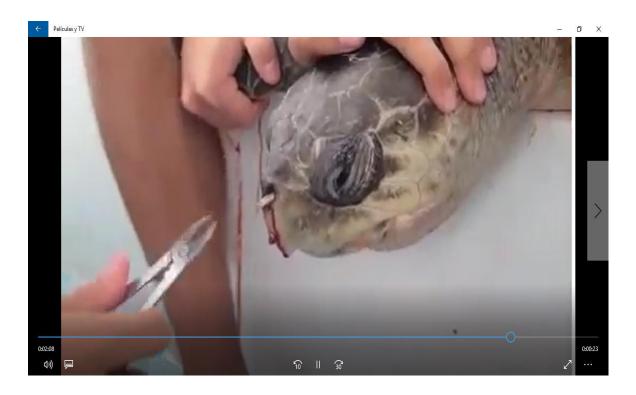
(Fuente propia) charla de marketing turístico



Captura de pantalla de videos de sensibilización, sobre la contaminación ambiental y marketing turístico.



(Fuente propia) Video de sensibilización sobre contaminación ambiental



(Fuente propia) Video sobre ¿Qué pasa con la basura que arrojamos?





(Fuente propia) Video de marketing turístico



(Fuente propia) Explicación de acceso a la red social Facebook





(Fuente propia)Toma de captura de pantalla de página de publicidad actual en Facebook



(Fuente propia)Desarrollo de los temas de charlas por parte de las facilitadoras





(Fuente propia)Comentarios sobre charla de educación ambiental



(Fuente propia)Personas que involucradas en el desarrollo de las charlas





(Fuente propia)Charla de marketing turístico, teniendo la oportunidad de involucrar a turistas que se encontraban pernoctando en el hospedaje.



(Fuente propia) turista en hospedaje





(Fuente propia) área de camping 1



(Fuente propia) área de camping 2



(Fuente propia) Barrera de botellas en jardín ecológico



ACRÓNIMOS

ATC: Asociación de Trabajadores de Campo

CCT: Consejo Centroamericano de Turismo

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura.

COSUDE: Cooperación Suiza en América Central

COTUCPROMA: Cooperativa de Turismo Comunitario Protectores del Medio

Ambiente.

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas

GGN: Global Geoparks Network (en inglés) Red Global de Geoparques

GRUN: Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional

IINTUR: Instituto Nicaragüense de Turismo

INETER: Instituto Nacional de Estudios Territoriales

LIG: Lugar de Interés Geológico

MARENA: Ministerio del Ambiente y de Recursos Naturales

OMT: Organización Mundial del Turismo

ONU: Organización de Naciones Unidas

PEDTM: Plan Estratégico de desarrollo turístico Madriz

PEDTS: Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible

PNDTS: Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible

PNDH: Plan Nacional de Desarrollo Humano



Estrategias de desarrollo turístico para el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.

PRODEL: Programa de Desarrollo Local

PYME: Pequeña Y Mediana Empresa

RAE: Real Academia Española

RENITURAL: Red Nicaragüense de Turismo Rural

SECTUR: Secretaría de Turismo México

SIIMT: Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos México.

SINAP: Sistema Nacional de Áreas Protegidas

SITCA: Secretaría de Integración Turística de Centro América



GLOSARIO

1: Pernocte pág.7

Pasar la noche en un lugar distinto del domicilio actual.

2: Relictos pág.17

Endemismo, reliquia, bienes.

3: Ignimbritas pág.20

Tipo de roca ígnea (relacionada al fuego), o roca magmática de formación volcánica.

4: Litófita pág.23

Plantas que crecen en asociaciones rocosas.

5: Gîtes pág.30

Nombre que reciben en Francia cierto tipo de alojamiento independiente como casas con varias habitaciones en un núcleo rural.

6: Resiliencia pág.96

Capacidad para afrontar la adversidad y lograr adaptarse bien ante las tragedias, los traumas, las amenazas o el estrés severo.

7: Gmail pág. 113

Servicio gratuito de correo electrónico promocionado por el buscador google.

8: Online pág. 114

Palabra inglesa que significa "en línea", se utiliza en el ámbito de informática para nombrar algo que está conectado.



BIBLIOGRAFÍA

- Cerón , T. (18 de septiembre de 2014). *Presentan Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica*. Recuperado el 1 de noviembre de 2016, de El 19 TV:

 https://www.el19digital.com/articulos/ver/titulo:22475-presentan-plan-estrategico-de-desarrollo-turistico-sostenible-de-centroamerica
- Martínez González, J. A. (junio de 2013). *Desarrollo Local Sostenibe*. Obtenido de Desarrollo Local Sostenibe: http://www.eumed.net/rev/delos/17/sostenibilidad-sector-turistico.html
- InfoAleph. (abril de 2010). Obtenido de Informática + algunos desvaríos: https://infoaleph.wordpress.com/2010/04/14/%C2%BFque-son-y-para-que-sirven-las-redes-sociales/
- *Turismo*. (03 de marzo de 2012). Obtenido de http://turismouvm-glion.blogspot.com/2012/03/servicios-turisticos.html
- Universidad Complutense Madrid. (septiembre de 2012). Obtenido de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/contratos/wikiglo/index.php/Categor%C3%ADa :Viaje combinado
- Acerenza, M. (2005). Promocion turistica un enfoque metodologico. Mexico: TRILLAS.
- Acerenza, M. A. (2005). Promción Turistica. Mexico D .F: Editorial Trillas, S. A de C. V.,.
- Aguilar , F., & Gadea, A. (2016). Análisis de los impactos socio-económicos generados por el turismo en las comunidades aledañas al Monumento Nacional Cañón de Somoto. Somoto, Nueva Segovia, Nicaragua .
- Alcaldía de Somoto. (2016). http://www.alcaldiasomoto.gob.ni. Recuperado el 09 de 2017, de Alcaldia de Somoto:

 http://www.alcaldiasomoto.gob.ni/index.php?option=com_content&view=article&id=193
 &Itemid=29
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación de México S. A de C. V.
- Becerril, F. R. (1997). *ciencia, metodologia e investigacion*. Mexico: LONGMAN DE MEXICO EDITORES, S.A DE C.V.
- Consumoteca. (11 de agosto de 2010). *Consumoteca*. Recuperado el 5 de septiembre de 2016, de Consumoteca: http://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/restauracion/actividad-turistica-de-restauracion/



- Española, R. A. (2016). *Diccionario de lengua española*. Obtenido de Diccionario de lengua española: http://dle.rae.es/?id=70iZNTk
- Gobierno, N. (2012-2016). Plan Nacional de Desarrollo Humano. Managua.
- Gómez de Segura, R. B. (s.f.). *publ.hegoa.efaber.net*. Obtenido de http://publ.hegoa.efaber.net/assets/pdfs/315/Sostenibilidad DHL.pdf?1399365095
- Hidalgo, J., & Vasquez, I. (2015). *tesis para optar al titulo de licenceciatura en Turismo Sostenible*. Esteli: TES 2250.
- I. S. (2015). Estadísticas para monitoreo del comportamiento de llegadas de turistas Nacionales y Extranjeros al Monumento Nacional Cañón de Somoto de forma mensual. En I. Somoto. Somoto.
- Kotler P, B. J. (2004). Marketing para Turismo. Madrid: Pearson Educación, S. A.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., Moreno, R., & Reina, M. D. (2004). *Marketing para turismo 3ra edición*. Madrid: PEARSONEDUCACIÓN S.A.
- Lopez, S. M. (s.f.). *Tarjetas de Presentación. Características, Tipos, Muestras y Diseños.* Recuperado el 17 de septiembre de 2016, de iscseleny.webcindario.com: http://iscseleny.webcindario.com/arch_pdf/tarjeta_pr.pdf
- Madriz, I. (2007-2008). plan de manejo del Monumento Nacional Cañon. Madriz: INTUR.
- Mena, M. (2013). Innovación en la Promoción Turística. Recuperado el 5 de noviembre de 2016, de Innovación en la Promoción Turística: https://www.eoi.es/blogs/embatur/files/2013/09/Redes-Sociales-y-Turismo-comentariocritico1.pdf
- Mercado, S. (2008). Como hacer una tesis. Mexico: editorial Limusa S,A.
- México, U. N. (agosto de 2016). *Revistas UNAM.* Obtenido de Investigaciones geograficas: http://www.journals.unam.mx/index.php/rig/article/view/32817/41928
- Negocios, C. (2016). *Concepto y ejemplos de estrategias de marketing*. Obtenido de http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/
- Nicaragua, N. J. (1999). *Reglamento de Areas protegidas de Nicaragua*. Recuperado el 6 de 9 de 2016, de Decretos Ejecutivos: http://legislacion.asamblea.gob.ni
- Nicaragua, N. J. (octubre de 2001). *Consejo directivo del Instituto Nicaragüense de Turismo*.

 Obtenido de Reglamento de alimentos, bebidas y diversiones:

 http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/(\$All)/75AA74696C5CB415062570A100
 57CE91?OpenDocument



- Nicaragua, N. J. (octubre de 2001). Consejo directivo del Instituto Nicaragünse de Turismo.

 Obtenido de Reglamente de hospederias:

 http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/(\$All)/D6C75660AF9BD9AD062570A100
 57E5EC?OpenDocument
- OMT. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 03 de Septiembre de 2016, de Glosario basico: http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico
- 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/
- Piura, J. (2000). *Introduccion a la metodologia de la investigacion cientifica*. Managua, Nicaragua: Il publicación cientifica del centro de investigaciones y estudios de la salud.
- Rousslin, J. (abril de 2016). *Todo Marketing*. Obtenido de http://www.todomktblog.com/2013/06/mkt-turistico.html
- Salinas, O. (31 de julio de 2013). *Networking nights*. Recuperado el 21 de noviembre de 2016, de Networking nights: http://www.networkingnights.com/blog/2013/7/31/la-importancia-de-las-tarjetas-de-presentacin
- Salinas, O. (31 de julio de 2013). *Networking nights*. Recuperado el 10 de noviembre de 2016, de Networking nights: http://www.networkingnights.com/blog/2013/7/31/la-importancia-de-las-tarjetas-de-presentacin
- Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación, Cuarta edicion.*México DF: Mc Graw-Hill Interamenricana.
- Santamaria, S., & Baca, R. (septiembre de 2009). *Definición de la Política y Estrategias para el Turismo Rural Sostenible de Niaragua*. Recuperado el 10 de octubre de 2016, de Definición de la Política y Estrategias para el Turismo Rural Sostenible de Niaragua: http://www.solucionesturisticassostenibles.com/noticias/noticia2.pdf
- Secall, R. E. (s.f.). *la competitividad de las zonas turisticas*. Recuperado el 6 de septiembre de 2016, de la competitividad de las zonas turisticas: http://www.esade.edu/cedit2003/pdfs/esteverafael.pdf
- Serrano, L., & Oñederra, J. (2015). *marketing practico para pequeños negocios*. Madrid: Ediciones Piramide (Grupo Anaya S,A).
- SIIMT. (s.f.). www.siimt.com. Obtenido de www.siimt.com:
 http://www.siimt.com/work/models/siimt/Resource/5e20adab-d5b4-4434-996e5af4d4c6e90e/PDF_Glosario2.pdf
- SNV, Rainforest Alliance, Counterpart International. (s.f.). *UNESCO*. Recuperado el 04 de 10 de 2016, de http://en.unesco.org/

Estrategias de desarrollo turístico para el Hospedaje Rural Don Bayardo y Fam.

- Socatelli, M. (noviembre de 2013). *intermark S,A*. Recuperado el 3 de septiembre de 2016, de mercadeo turistico: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf
- Turismo, C. d. (2001 de febrero de 14). *Normas Jurídicas de Nicaragua*. Recuperado el 03 de 10 de 2016, de Reglamentos de Guias de Turstistas:

 http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/(\$All)/756C5B063E1F8B97062570A1005 80539?OpenDocument
- UNESCO, P. B. (12 de 2005). *unesdoc*. Recuperado el 6 de 9 de 2016, de unesdoc: http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001621/162177S.pdf
- Unidas, N. (2016). *Naciones Unidas. Son su mundo*. Obtenido de Asamblea General de las Naciones Unidas: http://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml
- Zamorano Casal, F. M. (2002). Turismo Alternativo. Mexico: Editorial Trillas, S. A de C. V.,.
- Zapata, S. S., & Baca Plazaola, R. E. (2009). *Definicion de la politica y estrategias para el Turismo Rural Sostenible de Nicaragua*. Managua: INTUR.
- Ziperovich, A. (2004). Turismo y Recreación. Mexico: Editorial Trillas, S. A. de C. V.,.