



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

**Propuesta de desarrollo turístico de apartamentos en 3 dimensiones (3D)
para el “Centro Recreativo la Ensenada” Estelí Nicaragua, durante el
segundo semestre del 2017**

Trabajo de seminario de graduación para optar

al grado de

Licenciado, en la Carrera Turismo Sostenible

Autores/ Autores

César Josué Montenegro Rodríguez

Alex Francisco Ramírez Valdivia

Jayro Antonio Sobalvarro Reyes

Tutor o tutora

Msc. Aminta Briones



Índice

I. Introducción.....	1
1.1. Antecedentes.....	3
1.2. Justificación.....	8
1.3 Planteamiento del problema.....	9
II .Objetivos.....	11
2.1 General.....	11
2.2 Especifico.....	11
III .Marco teórico.....	12
3.1 Desarrollo turístico.....	12
3.1.1 Definición de Desarrollo turístico.....	12
3.1.2 Turismo y pobreza.....	12
3.1.3 Impactos del turismo.....	12
3.1.4 La demanda turística.....	14
3.1.5 La oferta.....	14
3.1.6 Beneficios del turismo.....	14
3.1.7 Según la OMT, los principios que definen el turismo sostenible son:.....	15
3.1.8 Principios básicos de sostenibilidad.....	16
3.2 Apartamentos turísticos.....	17
3.2.1 Definición de apartamentos turísticos.....	17
3.2.2 Cesión de uso.....	17
3.2.3 Características.....	17
3.2.4 Historia.....	18
3.3 Tres dimensiones (3D).....	18
3.3.1 3D.....	18
3.3.2 Web.....	18
3.3.3 CS6.....	19
3.3.4 La publicidad.....	19

3.3.5 Marketing.....	19
3.3.6 Infraestructura.....	19
3.3.7 Herramienta.....	19
3.3.8 Diseño.....	19
3.4 Conceptos de turismo.....	20
3.4.1 Turismo.....	20
3.4.2 El turista.....	20
3.4.3 El destino turístico.....	20
3.4.4 Elementos del turismo.....	20
3.4.5 Tendencias del turismo.....	21
3.4.6 Experiencias auténticas.....	21
3.4.7 Restauración en casas particulares.....	21
IV Diseño Metodológico.....	22
4.1 Enfoque.....	22
4.2 Tipo de investigación.....	23
4.2.1 Unidad de análisis.....	24
4.2.2 Alcance.....	24
4.3. Métodos.....	24
4.3.1 Método de observación.....	24
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	24
4.4.1 Observación.....	24
4.4.2 Cuestionario.....	25
4.4.3 Guía de Observación.....	25
4.4.4 Informantes claves.....	25
4.4.5 Procesamiento de la información.....	26
4.4.6 Plan de análisis de los datos.....	26
4.4.7 Condiciones del ‘Centro recreativo La Ensenada.’.....	27
V. Resultados.....	31

1. Identificar las condiciones del “Centro Recreativo La Ensenada”	33
2. Construir estrategias de marketing “Centro Recreativo La Ensenada”	35
3. Diseñar apartamentos turísticos en el “Centro Recreativo La Ensenada” utilizando el modelo en tres dimensiones	40
VI. Conclusiones	44
VII Recomendaciones	45
VIII Bibliografía.....	46
IX ANEXOS	48

Índice de fotos

Foto 2 Ensenada en 2010.....	57
Foto 1 Construcción de sport bar 2016.....	57
Foto 3 Ensenada 2010	58
Foto 4 Ensenada 2010	58
Foto 5 "Ensenada" sport bar 2017	59
Foto 6 "Ensenada" sport bar entrada 2017.....	59
Foto 7"Ensenada" 2017.....	60
Foto 8 "Ensenada" Entrada 2017	60
Foto 9"Ensenada" Entrada restaurante 2017.....	61
Foto 10 "Ensenada" 2017 Área verde.....	61
Foto 11 "Ensenada" Parqueo 2017.....	62
Foto 12 Letrero de áreas verdes.....	62
Foto 13 Exteriores entrada principal	63
Foto 14 Aves artificiales.....	63
Foto 15 Sport bar el serrucho	64
Foto 16 Piscinas para menores	64
Foto 17 Piscinas para adultos 2017	65
Foto 18 Parque para niños	65

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1	4
Ilustración 2	30
Ilustración 3	38
Ilustración 4 Parte frontal 3d	40
Ilustración 5 Parte trasera	41
Ilustración 6 Parte lateral izquierda	42
Ilustración 7 parte lateral derecha.....	42
Ilustración 8 plano tridimensional	43
Ilustración 9 Mapa para llegar	54
Ilustración 10 Sport bar 2016	55
Ilustración 11 Sport bar 2016	56
Ilustración 12 Logotipo Ensenada	56

Índice de tablas

Tabla 1	25
Tabla 2	36
Tabla 3	49



Agradecimientos.

El presente trabajo de tesis primeramente agradecemos a Dios por bendecirnos para llegar hasta donde hemos llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la Universidad Autónoma de Nicaragua- Facultad Regional Multidisciplinaria por darnos la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A nuestra tutora de tesis, Msc. Aminta Briones por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado podamos terminar nuestros estudios con éxito.

También agradecemos a los profesores durante toda la carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a nuestra formación.

Resumen.

En el presente trabajo se muestra una propuesta de desarrollo turístico de apartamentos en 3 dimensiones para el “Centro Recreativo la Ensenada” Estelí Nicaragua, durante el segundo semestre del 2017. En la cual se realizó un diseño de apartamentos tridimensionales para ampliar la oferta del local durante temporada baja.

El enfoque de la presente investigación es cualitativo, puesto que se analiza el entorno del “Centro Recreativo la Ensenada” y divulgación en conjunto con los responsables de ésta, con el fin de caracterizar, obtener una visión general de los problemas y las soluciones a implementar, Además, dentro del enfoque cualitativo, la investigación se enmarca en acción participativa puesto que, según Bernal Torres, (2006)

La investigación acción es un enfoque diferente del método tradicional de hacer investigación científica, ya que conceptúa a las personas – tradicionalmente consideradas como meros objetos de investigación, por el método tradicional – como sujetos partícipes, en interacción con los expertos investigadores en los proyectos de investigación.

Se elabora ante la necesidad de que “son más de un 70% de los destinos que no tienen una imagen que capte el estilo de acuerdo con el lugar turístico”, esto se refiere a que no se combinen temáticas al lugar, si una empresa crea un sport bar su tema principal son los juegos deportivos, al mezclar ya otras tramas como usar el sport bar como discoteca, crearía incomodidad ante los clientes, al mezclar dos contrastes diferentes. La prensa, (2015)

Durante el documento se refleja contenido relacionado al Turismo, sus elementos, con el fin de comprender como están constituidos, su importancia dentro de la organización y su clasificación, luego se realizan definiciones acerca de diseño y sus herramientas.



Como resultado se diseñó un plan de marketing con el fin de promocionar y brindar la información necesaria de las estrategias por parte de los propietarios.

Palabras claves:

Desarrollo turístico, Apartamentos, 3 Dimensiones (3D), Centro Recreativo



I. Introducción.

La siguiente investigación se enmarca en una propuesta de desarrollo turístico de 3D para el “Centro Recreativo la Ensenada” Estelí Nicaragua, durante el segundo semestre del 2017.

El turismo como actividad emergente en el norte de Nicaragua permite el consumo de diferentes bienes y servicios como lo son transporte, alojamiento, alimentación, ocio; estos en conjunto hacen del turismo una industria que beneficia a los pobladores.

En la actualidad el turismo es una industria que crece vertiginosamente cada día son más los lugares que se pueden conocer y visitar, con la facilidad de reservar hoteles y restaurantes, organizar de antemano una expedición o un viaje.

En Nicaragua se investigó que más del 70% (Prensa, 2015) de los centros turísticos no poseen una imagen que los caracteriza, que en marketing de la psicología turística es llamado imagen y armonía, que logre un solo estilo el cual logre comodidad y confort en los clientes, los inversionistas en este ámbito turístico no consultan con expertos sobre el tema de marketing y diseño para contratar sus servicios de forma que beneficie de una mejor manera.

Para la elaboración de este trabajo fue necesario, involucrar directamente a los propietarios, colaboradores y clientes del “Centro Recreativo La Ensenada” así mismo también se tomó en cuenta con expertos de la materia en marketing.

La investigación se realizó por estudiantes de la licenciatura de Turismo Sostenible de 5to año en curso del 2017, durante el semestre X bajo la asignatura Seminario de graduación aplicando conocimientos de turismo, hotelería, diseño gráfico, nació como un proyecto de diseño en el cual es innovar el turismo junto con el uso de las tecnologías.

Se boceto un diseño 3d(dimensiones) de un apartamento, una de las herramientas de publicidad para hacer crecer un negocio con potencial turístico, sin explorar las ventajas que podría traer a un local la creación de un apartamento en el ámbito de turismo a un sitio como es el “Centro Recreativo La Ensenada.”

La investigación cuenta con IX capítulos, el capítulo I introduce con antecedentes, justificación y planteamiento del problema, el capítulo II abarca los objetivos quienes son la

base de la investigación, el capítulo III incluye el marco teórico, siendo este mismo la guía para darle salida a los objetivos a través de los resultados.

Así mismo el capítulo IV el capítulo V el diseño metodológico y resultado, este acápite explica como se hizo el trabajo y cuáles fueron los instrumentos que facilitaron recolectar la información, el capítulo VI engloba los resultados obtenidos que ayudaron a concluir dicha investigación.

Se seleccionó el “Centro Recreativo la Ensenada” debido a que muestra un posicionamiento estratégico de acuerdo a su temática campestre y familiar, es caracterizado por tener también su especialidad a la carta, carne de res, y por ser medio ambiental.

Se espera que, a partir de este trabajo de investigación, el “Centro Recreativo La Ensenada” logre contar con una imagen armonía al único servicio que le falta por ser explotado en el local, el alojamiento y logre enriquecer su producto para crear una interacción más eficaz y amena entre sus clientes

El presente trabajo será de utilidad para las futuras generaciones de la carrera de turismo sostenible, sirviendo de fundamentación y motivación hacia algo innovador para que se empiece a incluir el estudio de nuevas tecnologías en la promoción turística en las próximas investigaciones.



1.1. Antecedentes.

Para proceder a la presente investigación, se efectuó una indagación bibliográfica por medio de la biblioteca virtual de Google relacionadas directamente con el objeto de estudio para asentar el estado de conocimiento del mismo, en el cual se plantea la creación de un modelo tridimensional de unos apartamentos, con un estilo campestre, el cual sea visto un diseño de cómo se podrían construir, para el alojamiento de los visitantes.

Los trabajos de investigación consultados son recientes, en ellos se citan datos bibliográficos correspondientes al tema en cuestión, se señala el objetivo de cada investigación, el marco metodológico, los resultados y las conclusiones principales.

A nivel global existe un trabajo relacionado con el tema de diseño 3d que nos interesa **Diseño arquitectónico virtual caso de estudio “Museo el rehilete” Pachuca de Hidalgo México** (Lic. Luis Islas Hernández 2006)

1) Los objetivos de la investigación son:

- General describir los principios básicos de diseño y sistematización de diseño arquitectónico, sentando las bases para la metodología en las diferentes etapas del proceso de diseño para la construcción arquitectónica en un ambiente tridimensional, por medio de herramientas de realidad virtual.

Objetivos Específicos.

- Promover la utilización de las propiedades de la arquitectura virtual.
- Identificar cuáles son las bondades y debilidades de la arquitectura virtual
- Comprender el funcionamiento de las herramientas para optimizar los diseños
- Identificar las múltiples posibilidades de la Realidad Virtual para su aplicación en el diseño arquitectónico.



Un trabajo relacionado con el tema del tópico que nos interesa es; **Propuesta Anteproyecto Arquitectónico Hotel Ecoturístico PIXOA ubicado en la Laguna de Apoyo en el departamento Masaya - Granada, Nicaragua** (Br. Fanny Nineth Avendaño Montenegro, 2015) UNAN MANAGUA, el cual fue encontrado vía internet, en él se planteó como objetivo de investigación.

2) Objetivo de la investigación son

- General elaborar una Propuesta de anteproyecto arquitectónico hotel eco turístico

PIXOA en la Laguna de Apoyo - Masaya- Granada, Nicaragua.

Objetivos Específicos

- Reconocer las características que definan la demanda actual y potencial

para posicionar a Laguna de Apoyo como corredor turístico.

- Conocer la situación actual en que se encuentra la reserva natural que

definirá los factores a incluir en la propuesta anteproyecto arquitectónico

hotel ecoturístico PIXOA en la Laguna de Apoyo - Masaya- Granada,

Nicaragua.

- Analizar los modelos análogos de hoteles nacionales de Montañas/Campo,

que suministren criterios para el diseño y equipamientos en las condiciones

particulares de la Laguna de Apoyo.

- Elaborar propuesta diseño con modelo sostenible y aportar solución

arquitectónica que se integre a las condiciones del medio ambiente natural

existente en la Laguna de Apoyo.

- Intervenir directamente en las etapas constructivas para no afectar con constancia después que habría comenzado el proceso constructivo.

Parte de su metodología fue

El proceso de elaboración del anteproyecto arquitectónico Hotel Ecoturístico PIXOA en la Laguna de Apoyo - Masaya- Granada, Nicaragua se divide en dos etapas: 1- Etapa de recopilación de información y su procedimiento 2- Ejecución de la propuesta.

Recopilación de información y su procedimiento: Básicamente esta etapa se puede comprender como la fase de búsqueda de la información necesaria para la adecuada elaboración de la propuesta de diseño. Subdividiéndose, para un mejor y fácil procesamiento de datos

Las principales conclusiones fueron

Que el Anteproyecto del Hotel Ecológico PIXOA en la Laguna de Apoyo dará respuesta a la demanda de los turistas nacionales e internacionales, permitiendo la recreación de manera amigable con la naturaleza, El sitio es una reserva natural, en donde se emplazará el Hotel PIXOA, respetando la zona de amortiguamiento, siguiendo su plan de manejo y las normativas emitidas por la ley correspondiente. El sitio es relativamente seguro y confiable para la elaboración de este tipo de proyectos. Los aspectos físicos naturales de la zona como el clima y la temperatura, permiten que el sitio sea un lugar confortable para las actividades que se pretenden realizar.

Otro antecedente que podemos encontrar que es directamente en el centro recreativo la Ensenada es; **Creación de proyecto turístico 3D sport bar, departamento de Estelí durante el segundo semestre del 2016** (Montenegro Rodriguez, Ramirez, & Reyes, 2016) FAREM-ESTELÍ, en él se planteó como objetivos de investigación

Objetivos de la investigación son



- General diseñar proyecto de desarrollo turístico de 3 D para el Centro recreativo la Ensenada Estelí Nicaragua, durante el primer semestre del 2017.

Objetivos Específicos

- Sugerir proyectos de desarrollo empresarial en el área de diseño y multimedia
- Determinar propuesta metodológica para mejorar líneas de producción en diseño y multimedia
- Mostrar modelado multidimensional 3d.

Parte de su diseño metodológico fue la recopilación de información por medio de entrevista y clientes dentro fuera del local, se levantó notas y grabaciones de cada una de la información obtenida el proyecto quería que el centro recreativo la ensenada tuviera una alternativa más además de sus servicios ya ofertados.

Que principalmente funcionaba en verano, el cual era un sport bar que funcionara y generara ingresos fuera de temporada alta, siguiendo una imagen de diseño al local algo campestre, existiera algo que encajara con el estilo del lugar.

Se puede concluir

Que como proyecto turístico es posible aumentar la demanda del centro recreativo la Ensenada con la creación de un sport bar y los medios necesarios de publicidad para el lugar.

El modelo 3D muestra una visualización de cómo será el diseño e infraestructura del lugar de modo que este siga los criterios de diseño que ya tiene el centro recreativo la Ensenada de modo que pueda atraer a turistas nacionales e internacionales en temporada baja.



1.2. Justificación.

El alojamiento y su diseño en la actualidad, es un punto de importancia para los destinos turísticos en el país de Nicaragua, que no es tomado en consideración por los empresarios turísticos, el enfoque de los empresarios es únicamente en que ofrecer y cuanto les aportaría monetariamente, sin realizar antes una consulta o un estudio previo por el cual guiarse de forma concreta, olvidando algunos temas de importancia de marketing y complementos que ayudan a nuestros servicios.

En la línea de investigación Desarrollo y gestión del destino turístico e Impulso y consolidación de destinos turísticos correspondiente a la FAREM ESTELÍ, impulsar y consolidar de manera correcta los destinos turísticos de modo que lleguen al mercado de forma que aprovechen al máximo los recursos existentes.

Por lo que es de relevancia tomar en cuenta estos criterios ya que no prestar importancia a un diseño de acuerdo al lugar al no tener un servicio de alojamiento que complemente el resto de servicios, es un punto que profesionalmente afectaría a toda Nicaragua turísticamente, ya que solo existe una primera imagen de la cual hablaran los turistas extranjeros, y esto afectaría un índice de baja visitas por parte de turistas al país.

Se realizaría diseños de alojamiento para poder crear un servicio de forma que complemente al resto y cree una imagen al centro recreativo la Ensenada en armonía a su estilo, si tiene una forma rural que no se modifique, si posee un ambiente campestre no se deben mezclar estilos, esto generaría un impacto positivo ya que psicológicamente es lo más importante al conocer nuevos sitios, es la primera impresión de modo que generaría visitas a los locales turísticos.

1.3 Planteamiento del problema.

En Nicaragua existen sitios turísticos con gran potencial a ser explotados de manera correcta, pero muchos de estos locales no toman en cuenta un punto muy importante a favor, el alojamiento, a pesar de poseer servicios muy variados, como recreación, alimentación, entretenimiento, aventura, pasan por algo un aspecto, un lugar donde dormir y poder reposar para poder continuar el resto de actividades que puede brindar un sitio turístico.

El alojamiento tiene que ser un lugar que este a la par de la imagen que nos brinda el destino, otro punto que se pasa por alto en el alojamiento, ya que se crea algo llamado armonía con entorno, es una problemática que no se toma en consideración al momento de crear un nuevo destino turístico, por eso primeramente se crea un diseño, en un artículo (Destinos turísticos y sus desventajas, 2012).

Un diseño que este en armonía con el destino brindaría un mayor confort y el turista se llevaría una imagen la cual sería la que lo califique fuera de su calidad en servicios, normalmente los empresarios turísticos nicaragüenses no buscan asesores especializados en el tema, y crean en base a lo que emocionalmente creen que es lo más conveniente únicamente pensando en el valor monetario.

No se plantean los problemas que esto podría traer ante la imagen que podría crear incluso a parecer un sitio aburrido, a pesar que este posea grandes atractivos. Uno de los sitios dentro de la ciudad de Estelí que posee el inconveniente de tener buenos servicios, pero no el complementario de alojamiento es el ‘‘Centro Recreativo La Ensenada’’, el cual según su demanda exige un sitio que sea necesario con la imagen del lugar.

Tomamos en cuenta los planteamientos anteriormente citados se puede deducir que existe dentro de la ciudad de Estelí el mismo problema dentro del casco urbano y rural, encontramos diseños de alojamiento en el cual no se tomó en cuenta muchos puntos en consideración que sigan la imagen del sitio.



¿Qué características debe tener el destino turístico Centro Recreativo La Ensenada en el cual logre una armonía de acuerdo a su imagen al mercado? ¿Cuáles soluciones serían necesarias para que el destino Centro Recreativo La Ensenada aproveché al máximo todo su servicio a brindar?



II .Objetivos.

2.1 General.

1. Crear una propuesta de desarrollo turístico de apartamentos en 3 dimensiones(3D) para el “Centro Recreativo la Ensenada” Estelí Nicaragua, durante el segundo semestre del 2017.

2.2 Especifico.

1. Identificar las condiciones del “Centro Recreativo La Ensenada”
2. Construir estrategias de marketing “Centro Recreativo La Ensenada”
3. Diseñar apartamentos turísticos en el “Centro Recreativo La Ensenada” utilizando el modelo en tres dimensiones

III .Marco teórico.

El contenido que se muestra a continuación constituye el marco teórico, compuesto por una serie de términos fundamentales orientados a guiar al lector sobre los aspectos técnicos que se abordan en el documento.

Primeramente, se refleja contenido relacionado al Desarrollo Turismo, sus elementos, se habla de los diferentes tipos de apartamentos, luego se realizan definiciones acerca de diseño y sus herramientas.

3.1 Desarrollo turístico

3.1.1 Definición de Desarrollo turístico.

Instituto Costarricense, (2017) Desarrollo Turístico tiene como objetivo principal, impulsar programas que contribuyan a promover mayores niveles de calidad y competitividad, la generación de capacidades locales y el desarrollo turístico sostenible en las diferentes unidades del planeamiento de un país. En este sentido, se desarrollan procesos de trabajo orientados a la divulgación e implementación de planes turísticos.

3.1.2 Turismo y pobreza.

¿Por qué el turismo? El turismo tiene ventajas comparativas bien específicas sobre otras actividades productivas. Depende de insumos que son netamente del patrimonio nacional, tal como los atractivos naturales, históricos, culturales y sociales. Su carácter es netamente exportador. Como actividad económica genera productos, divisas, empleo e inversiones. Necesita de grandes cantidades de mano de obra, atacando estructuralmente el desempleo. (OMT, 2015)

3.1.3 Impactos del turismo.

- **Impactos socioculturales.**

Por un lado, el turismo es la mejor ventana para conocer otras culturas y para mostrar la propia, permite la interacción entre desconocidos que generan vínculos y



admiraciones, se transmiten mensajes de paz y cordialidad en la mayoría de los casos.

De todas formas y a pesar de que el turismo unifica las culturas y crea encuentros entre estas, también genera impactos negativos a nivel sociocultural en cualquier territorio en el que se produzca indirectamente o directamente esto no es medible, pero deja un indicador de cambios en las culturas.

Uno de los impactos es cuando el receptor observa al turista y sus costumbres y decide imitarlos, cambiando sus tradiciones propias. Otro impacto muy relacionado con el anterior es cuando los usos y los consumos de la población local se ven afectados e incluso cambiados por la manera en que los turistas realizan las mismas actividades.

Un ejemplo de esto, es que, si una comunidad está acostumbrada a comer alimentos directamente extraídos de la tierra y de forma natural, cambia su actitud cuando encuentra a sus alrededores, restaurantes de comida extranjera, como hamburguesas y comidas rápidas, seguramente la costumbre de alimentarse naturalmente se perdería con el tiempo (Jorgebonilla, 2013)

- **Impactos ambientales.**

Por un lado, a través del turismo, se puede enseñar a la gente a tener mejores prácticas en su día a día en torno al medio ambiente. Utilizar menos agua, reciclar, comprar comida orgánica, hacer compostaje, etc. Todas son buenas prácticas que se pueden conocer a través de los viajes y cuando las personas están en la mejor actitud para recibir esta información.

Por otro, si bien se le conoce al turismo como la industria sin chimeneas, cuando se hace de manera descontrolada, masiva, se generan impactos negativos. Toda clase de ecosistemas se ven afectados por el sector turístico y diferentes impactos negativos que trae.

En los costeros la vegetación propia de este ecosistema se destruye, así como las dunas y los manglares. La contaminación de playas y del agua del mar es otro de los impactos que tiene el turismo en este ecosistema. Los recursos biológicos de las



montañas se ven fuertemente afectados por actividades de alto impacto como el esquí, el uso de vehículos todoterreno el motociclismo entre otros...

También de bajo impacto como campamentos, caminatas y alpinismo. Estas actividades provocan la eliminación de la vegetación, la degradación de los bosques y la pérdida del hábitat para la fauna y flora silvestre. En los recursos hídricos de un territorio el turismo genera, así como en las costas, muchas contaminaciones del agua y sus alrededores. (Jorgebonilla, 2013);

3.1.4 La demanda turística.

Bligoo, (2016) afirma, ‘Es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes’

3.1.5 La oferta.

Bligoo, (2016) afirma, ‘Es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado.’

3.1.6 Beneficios del turismo.

Si nos sentamos a pensar en cada una de las actividades que fomenta económicamente el turismo, nos daríamos cuenta de su importancia dentro de un país... Con contarles que el turismo fue el generador de 10 de cada 100 empleos en el mundo durante el año 2012, creo que se darán cuenta de la magnitud que maneja

Pero vamos a ver: **¿en qué actividades aporta el turismo?**

Da lugar a **la generación de puestos de trabajo**, ya que desde quienes trabajan de manera directa en como recepcionistas en un hotel, o quienes son mozos dentro de un bar de la zona turística, poseen un beneficio laboral. (Bongiorno, 2013)



3.1.7 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; y
- 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 supone 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" (BRESCE, 2009).



3.1.8 Principios básicos de sostenibilidad.

Toda actividad turística que realmente pretenda definirse como sostenible debe considerar los siguientes aspectos:

- Uso adecuado de los recursos naturales
- Respeto por la diversidad Socio-Cultural
- Asegurar prácticas empresariales adecuadas

Para lograr una transición hacia un turismo sostenible es necesario que las personas involucradas en esta temática comprendan que los sistemas sociales y naturales bajo los cuales se desenvuelve la actividad turística no son lineales, sino complejos y fuertemente integrados. Para lograrlo es deseable realizar una aproximación transdisciplinar o por lo menos interdisciplinar.

¿Por qué es necesario tener en cuenta la sostenibilidad en el turismo? Según algunos investigadores, los pilares que sostienen esta actividad son el entorno (natural, histórico, artístico, social...) y el factor humano, ambos interdependientes. La explotación turística está provocando la destrucción del hábitat de patrimonio social, económico, natural y cultural. Por ello se trabaja en este sentido a nivel mundial con el fin de encontrar un equilibrio entre la explotación turística, el factor humano y nuestro entorno. Para alcanzar todo esto es necesario tener en cuenta los derechos que nos definen como personas, por una parte, y por la otra, las obligaciones que tenemos como habitantes de la Tierra. Así, diferentes organizaciones gubernamentales como la UNESCO o la ONU tienen en cuenta los factores del ecoturismo, incluyéndolos entre sus políticas de sostenibilidad. Existiendo además la Carta de turismo sostenible de 1995. (Farrell, B. H. y Twining-Ward, L. ,2004)

3.2 Apartamentos turísticos.

Definiciones básicas de lo que son apartamentos turísticos y sus características

3.2.1 Definición de apartamentos turísticos

Según la normativa del País Vasco (ley de turismo de agosto 2016*), “son apartamentos turísticos aquellos establecimientos integrados por unidades de alojamiento y que, ofertadas como conjuntos independientes y gestionados bajo el principio de unidad de explotación empresarial, se destinan de forma profesional y habitual a proporcionar alojamiento temporal sin constituir cambio de residencia para la persona alojada”.

3.2.2 Cesión de uso

Se considera que se ejerce la actividad de alquiler de apartamentos turísticos cuando se ceda el uso y disfrute de estos inmuebles (por ejemplo, el derecho a pasar 15 días en los apartamentos en las condiciones pactadas), incluidos los servicios e instalaciones comunes, comprendidos en el bloque o conjunto en que se encuentre el apartamento.

Las unidades de alojamiento estarán en condiciones de ser utilizadas por los clientes en el momento de ser ocupadas, manteniéndose en perfecto estado de habitabilidad y en concordancia con su categoría, y serán puestas a su disposición en las debidas condiciones de limpieza e higiene, con todo el mobiliario, cubertería, menaje, lencería, instalaciones, servicios y equipamientos inherentes a las mismas.

El cliente deberá ser informado antes de su admisión de los precios que corresponden a los servicios que ha solicitado inicialmente, de conformidad con lo dispuesto en la normativa vigente en materia de precios, reservas y servicios complementarios en establecimientos de alojamiento turístico. Consumoteca,(2017)

3.2.3 Características

- Son unidades que ocupan un espacio establecido por cada planta de un edificio.
- Por regla general no suelen poseer más de tres dormitorios y dos o tres salas de baño.
- Las divisiones típicas residenciales suelen fusionarse, así se tienen sala de estar-comedor en una misma unidad, así como cocina-lavadero.
- Son ideales para familias reducidas (de hasta cuatro personas).
- No poseen patio a diferencia de las casas.
- Existen unas unidades más pequeñas que fusionan sólo un dormitorio con la sala de estar e incluso fusionan la cocina con el comedor. (Bails, 1802.)



3.2.4 Historia

En 1802, Benito Bails en su Diccionario de arquitectura civil definía apartamento como el conjunto de piezas que forman una habitación cabal, dentro de las cuales se distinguían:

El apartamento servicial, referido al uso diario

El apartamento de decencia, referido al decoro.

El apartamento de aparato, referido a la ostentación.

Además, diferenciaba:

-Apartamento doble. El que coge todo el fondo de un edificio o cuerpo suyo principal y está dividido casi por medio en la dirección de su longitud en dos cuartos siendo las piezas del uno casi iguales a las del otro.

-Apartamento semidoble. El que está dividido en dos cuartos siendo las piezas del uno, grandes y pequeñas las del otro.

-Apartamento sencillo. El que coge todo el fondo del edificio entre las dos paredes de fachada sin pared alguna de travesía en la dirección de su longitud (Bails, 1802.)

3.3 Tres dimensiones (3D)

Conceptos de las herramientas usadas en la elaboración del diseño de apartamentos en el “Centro Recreativo La Ensenada”

3.3.1 3D.

El sistema digital 3D simula el efecto que se produce en el ojo humano mientras percibe un objeto tridimensional real en los cines 3D. El proceso se genera cuando el proyector digital del cine reproduce las imágenes del ojo izquierdo y derecho a 144 imágenes por segundo, intercaladamente. (Lopez, 2008)

3.3.2 Web.

Página web, o página electrónica, página digital, o ciber página es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, y muchas otras cosas, adaptada para la llamada World Wide Web (WWW) y que puede ser accedida mediante un navegador web. Esta información se encuentra generalmente en formato HTML o XHTML, y puede proporcionar acceso a otras páginas web mediante enlaces de hipertexto. Frecuentemente también



incluyen otros recursos como pueden ser hojas de estilo en cascada, guiones (scripts), imágenes digitales, entre otros (Marin, 2010).

3.3.3 CS6.

Un editor de gráficos rasterizados desarrollado por Adobe Systems Incorporated. Usado principalmente para el retoque de fotografías y gráficos, su nombre en español significa literalmente "taller de fotos". Es líder mundial del mercado de las aplicaciones de edición de imágenes y domina este sector de tal manera que su nombre es ampliamente empleado como sinónimo para la edición de imágenes en general. (Cebrian, 2015)

3.3.4 La publicidad.

Marketing y publicidad, (2006) afirma. "Es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo."

3.3.5 Marketing.

Máster en marketing, (2005); afirma "Es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la **disciplina** dedicada al análisis del comportamiento de los **mercados** y de los consumidores "

3.3.6 Infraestructura.

(Marketing y publicidad, 2006) afirma. "Conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de una actividad o para que un lugar pueda ser utilizado."

3.3.7 Herramienta.

Geraldind, (2004) afirma. "Una herramienta es un objeto elaborado a fin de facilitar la realización de una tarea mecánica que requiere de una aplicación correcta de energía (siempre y cuando se hable de herramienta material)."

3.3.8 Diseño.

Thomas, (2009) afirma. "El **diseño** se define como el proceso previo de configuración mental, "pre-figuración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Utilizado habitualmente en el contexto la industria."



3.4 Conceptos de turismo

Conceptos claves relacionados con el turismo

3.4.1 Turismo

Turismo es una actividad social y económica relativamente joven y por englobar a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas. Ello ha dado lugar a una dificultad evidente para establecer definiciones unánimes de la actividad turística y ha originado una multitud de ellas, cada una subrayando aspectos distintos de dicha actividad. (Crosby, 1996)

3.4.2 El turista.

Un turista es aquella persona que se traslada de su entorno habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico. Sin embargo, una persona que visita por motivos de salud, puede cumplir con otras características que lo definen como turista. (Borge, 2011)

3.4.3 El destino turístico.

El destino turístico es una unidad o entidad englobada diversos recursos turísticos e infraestructuras, formando un sistema. Esto significa que los diferentes organismos han de colaborar en la planificación y gestión del lugar, puesto que, en caso contrario, surgen disfunciones entre oferta y demanda y por tanto, el destino no funcionaría en su pleno rendimiento. (Alcañiz, 2000)

3.4.4 Elementos del turismo.

- **La Demanda.**

Los viajeros relacionados con el turismo se denominan visitantes. “Visitante es toda persona que viaja por una duración no superior a 12 meses, a un lugar distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado” (julianaviveturismo, 2008)



- **La Oferta Turística.**

Julianaviveturismo, (2008) afirma, ‘Es un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico, en un destino determinado, para su disfrute y consumo. Esto generalmente se utiliza para promocionar un destino turístico y la variedad que puede ofrecer este mismo.’

- **El Espacio Geográfico.**

La experiencia turística tiene lugar en un espacio geográfico y temporal determinado espacio turístico: es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda. |Destino Turístico: Concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas. El destino constituye el objetivo del turista. (julianaviveturismo, 2008)

3.4.5 Tendencias del turismo.

El turismo es uno de los sectores más prósperos del planeta; da trabajo a uno de cada once ciudadanos del mundo e impulsa mil cien millones de viajes anualmente. En España, es fuente principal de ingresos y empleo, con un 15,7% del PIB y un increíble potencial de aumento. (FUNES, 2015)

3.4.6 Experiencias auténticas.

En vacaciones se buscan experiencias auténticas que tengan que ver con el destino en cuestión. Vivir la vida de los «nativos», visitar sus lugares de ocio y adaptarse a su gastronomía, su folclore y su ritmo, es la nueva experiencia de «lujo». Tras años visitando hoteles impersonales y playas de foto, el cliente busca lo verdadero, lo único y lo diferente. (FUNES, 2015)

3.4.7 Restauración en casas particulares.

Siguiendo el éxito de acomodaciones en casas, como hacen Airbnb o Homeaway, la idea se extiende a la gastronomía. Esta iniciativa ya está apoderándose del mercado británico. Ejemplos como EatWith o BokkaLokal ponen de acuerdo a particulares con sus futuros clientes, a los que ofrecen una experiencia auténtica de nivel, controlada y puntuada por los portales coordinadores. (FUNES, 2015)



IV Diseño Metodológico.

4.1 Enfoque

“La investigación cualitativa se enfoca en comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto” (Hernández Sampieri, 2010, pág. 364).

Por lo tanto, el enfoque de la presente investigación es cualitativo, puesto que se analiza el entorno del “Centro Recreativo la Ensenada” y divulgación en conjunto con los responsables de ésta, con el fin de caracterizar, obtener una visión general de los problemas y las soluciones a implementar.

Además, dentro del enfoque cualitativo, la investigación se enmarca en acción participativa puesto que, según Bernal Torres, (2006):

La investigación acción un enfoque diferente del método tradicional de hacer investigación científica, ya que conceptúa a las personas – tradicionalmente consideradas como meros objetos de investigación, por el método tradicional – como sujetos partícipes, en interacción con los expertos investigadores en los proyectos de investigación.

Lo anterior se justifica en el hecho, de que en las diversas etapas de la investigación se mantendrá una estrecha relación con las personas donde se desarrolla el proceso investigativo.

4.2 Tipo de investigación

La investigación se clasifica. a continuación, se muestran y definen según Lewin (1946) **definió a la investigación-acción** como

“Una forma de cuestionamiento auto reflexivo, llevada a cabo por los propios participantes en determinadas ocasiones con la finalidad de mejorar la racionalidad y la justicia de situaciones, de la propia práctica social educativa, con el objetivo también de mejorar el conocimiento de dicha práctica y sobre las situaciones en las que la acción se lleva a cabo”.

Años más tarde, Moser (1978) añadió que "el conocimiento práctico no es el objetivo de la investigación acción sino el comienzo". Es decir, que, aunque los problemas son los que guían la acción, la parte fundamental es entender la enseñanza y no investigar sobre ella: el profesional realiza un proceso de búsqueda continua por medio de la reflexión sobre su propia práctica, y como resultado de ello introduce mejoras progresivas en su propio proceso de enseñanza.

Proceso La Investigación Acción se desarrolla siguiendo un modelo en espiral en ciclos sucesivos, que varía de acuerdo a la complejidad de la problemática. Sus principales fases son:

1. **Problematización.** La labor educativa se desarrolla en situaciones donde se presentan problemas prácticos, por lo que el problema elegido será la misma naturaleza. En general, son inconsistencias entre lo que se persigue y lo que en realidad ocurre
2. **Diagnóstico.** Ya identificado el problema y habiendo formulado un enunciado del mismo, se recopila la información.
3. **Diseño de una Propuesta de Cambio.** En esta fase se consideran las diversas alternativas de actuación y sus posibles consecuencias

4.2.1 Unidad de análisis

La unidad de análisis corresponde a: “Desarrollo y gestión del destino turístico e impulso y consolidación de destinos turísticos”

4.2.2 Alcance

El presente desarrollo complementa un alcance exploratorio ya que como explica Hernández, Fernández & Baptista (2010) “Su propósito es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes Tiene como meta de investigación un problema poco estudiado o desde una perspectiva innovadora”

Para esta investigación contempla el análisis y descripción de los servicios desarrollados en el “Centro Recreativo la Ensenada” y el diseño de apartamentos turísticos en el modelo de tres dimensiones (3d

4.3. Métodos

En el desarrollo del presente diseño se hizo uso de un método, los cuales fueron aplicados en las diversas etapas de este proceso. A continuación, se mencionan

4.3.1 Método de observación.

Según Bunge, (727) afirma. La observación es la técnica de investigación básica, sobre las que se sustentan todas las demás, ya que establece la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad.

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Las técnicas de recolección de datos utilizadas en el presente trabajo se muestran y definen a continuación:

4.4.1 Observación

Hernández Sampieri, Fernández-Callado, & Baptista Lucio, (2006, pág. 374) definen observación como “registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta. Se recolecta información sobre la conducta más que de percepciones”.

La observación se utilizó para conocer la estructura general del área, es decir las características que presenta esta y la manera en que pueden ser utilizadas por los clientes y sus actividades.

4.4.2 Cuestionario

Contribuyó a la recopilación de información relevante sobre las actividades y servicios que desempeña el “Centro Recreativo La Ensenada”, para la implementación de los apartamentos.

4.4.3 Guía de Observación

Permitió a través de la observación realizar un primer diagnóstico respecto al uso que hace el área en lo referente al servicio de alojamiento.

4.4.4 Informantes claves

Tabla 1

Informante Clave	Indicadores
Ing. Jorshua Arauz	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitador del desarrollo de la investigación. • Ayuda en la guía de desarrollo de la investigación. • Proporciona herramientas de vital importancia.
Dueña del local donde se desarrollará el proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Proporciona información del área donde se investiga. • Proporciona información de los procesos que se llevan a cabo dentro del área. • Proporciona información respecto al desarrollo de diseños posteriores.
Clientes del Centro recreativo	Información de la calidad de servicio

4.4.5 Procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información, se hizo uso de una serie de programas y equipos electrónicos. A continuación, se mencionan los utilizados:

1. Computadoras: Utilizadas para la transcripción fiel de las entrevistas, la elaboración de síntesis e investigación de elementos fundamentales necesarios para comprender términos desconocidos. También, para establecer contacto con la dueña del centro y compañeros.
2. Software para la gestión de la información obtenida y diseño de las actividades consecuentes a desarrollar:
 - a. Word
 - b. Auto Cad
 - c. Adobe Photoshop CS6
 - d. Illustrator
3. Papelería: Para el registro escrito de manera física durante la implementación de los diversos instrumentos de recolección de datos.
4. Lápiz.
5. Celular: Se hizo de la grabadora de audio y cámara de fotografía y video para registrar la información durante la aplicación de los instrumentos.
6. Memorias (USB, m i c r o S D): Empleadas para la movilización de la información.
7. Adaptadores de dispositivos: Utilizados para conectar dispositivos externos a la computadora.

4.4.6 Plan de análisis de los datos

El plan de análisis de los datos contempla una serie de pasos que se desarrollarán aplicando el análisis cualitativo debido a que en el proceso investigativo se tratan datos de este tipo. A continuación, se detalla cómo se aplicará:

En lo referente a la entrevista, tras aplicarla, se procederá a ordenar los datos previamente establecidos. Primeramente, se describirán las experiencias de las personas involucradas en la investigación bajo su óptica, en su lenguaje y con sus

expresiones.

Luego, se interpretarán y evaluarán los datos recolectados con el fin de transformarlos en información útil que permita conocer elementos vitales dentro del proceso investigativo tales como, la caracterización de procesos, entre otros.

Para finalizar, se procederá a sintetizar y redactar conclusiones en base a la información obtenida del análisis de la información para explicar los contextos, situaciones o hechos que la investigación en sus objetivos, requiera.

En la parte de síntesis de datos se organizará la información en base a una serie de ítems previamente establecidos que permitirán ordenar la información y extraer solamente los datos necesarios luego de aplicar la entrevista.

Durante el procesamiento de la información se utilizarán ciertos programas de la paquetería de Microsoft Office como Word.

Por otro parte, en lo que respecta a la observación, tras su aplicación, se procederá a realizar ponderación de datos que posteriormente se analizarán en base a criterios establecidos previamente tales como: excelente, bueno, aceptable y decadente. En este apartado se compararán los resultados obtenidos con el fin de adquirir conocimientos en base a lo establecido en el objetivo de esta técnica.

4.4.7 Condiciones del ‘Centro recreativo La Ensenada.’

- **Inicio de diagnóstico**

Para dar inicio a nuestro diagnóstico de la elaboración de nuestro producto turístico, Se llevó a cabo una comisión con todos los representantes integrados a dicho proyecto con los jefes del local, para la ejecución de una serie de actividades como recorridos de campos y toma previa de información del lugar.



- **Taller**

Se llevó a cabo un taller para dar inicio al diagnóstico para el producto y creación de un sport bar y de apartamentos en el centro recreativo la ensenada donde se presentó los acuerdos con los encargados del lugar, tanto como agendas, horarios, actividades, fechas y control de horas.

El equipo facilitador integrado por alumnos de 5to año de turismo sostenible, César Montenegro, Alex Ramírez, Jairo Reyes, expone las necesidades de dar inicio a la construcción participativa del diagnóstico del sector y se explicaron las actividades a desarrollar:

- **Recopilación de información existente**

En este punto se nos facilitó ya que en años anteriores se había trabajado por el mismo grupo la información que no estaba disponible en redes sociales, entre los antecedentes de nuestra información del “Centro recreativo la ensenada”, poseía un aspecto simple el cual únicamente trabajaba como balneario y restaurante, en el año 2013 contaba con área de restaurante, el área de piscinas, parqueo, cuatro baños.

Actualmente en el año cursante 2017 el centro recreativo la ensenada cuenta con, vía de transporte más transitable, área de eventos, restaurante, piscinas tanto de adulto como de niños, pequeñas chozas, área de juego infantil, parqueo, seis baños y mejor decoración ambiental del lugar y una señalización completa, basureros, toda su documentación legal completa, permisos de vender bebidas alcohólicas, seguro para empleados, documentación tanto con INTUR, de sanidad, con bomberos, policía.

Se tomaron datos descriptivos también para llevar a cabo el proyecto del sport bar en 3D y así saber si es rentable por medio de encuestas, se actualizaron las fotografías del lugar, se creó una ruta para poder localizar el negocio, dentro de la información recopilada, se investigó lo siguiente, el local tiene trabajando aproximadamente 9 años como balneario, se le dejó como nombre Ensenada por un viaje que hizo doña Flor la propietaria del local a EEUU en un centro turístico con un estilo rustico y campestre



rodeado de montañas.

Ese dato le llamo la atención que el sitio turístico estuviera como en el centro de las montañas formando un hoyo, por el cual decidió ponerle Ensenada ya que el significado vendría siendo una entrada redondeada con una boca circular rodeada de montañas o piedras, al igual que se encuentra posicionada geográficamente, el proyecto fue realizado por Flor de María Gonzales Ardon, actualmente el local fue nombrado como “Centro recreativo la ensenada”

Está ubicado del sistema penitenciario 500 mts al este, Estelí Nicaragua, y se pueden contactar al número de celular; 86655-5101, en el cual el tiempo que se podría tardar en llegar desde la entrada de donde fue pro familia, a pie son aproximadamente 10-15 min y en auto móvil son 5 minutos.

- **Levantamiento de la información territorial:**

Se realizó recorridos y visitas de campo durante los fines de semana de practica para validar y actualizar la información, por medio de entrevista a la dueña del local y por nuestra visualización general del lugar, también se realizó un mapa de ruta integrando a la información no existente del centro recreativo la ensenada todo esto se hizo la primera semana de prácticas del 15-04-16.

- **Ruta para llegar.**

Ilustración 2



Fuente: Google Maps.

- **Taller de retroalimentación de los resultados**

Se realizó un taller con todos los miembros del grupo para una valorización general de los datos recopilados del lugar, como eran principalmente las entrevistas realizadas a los clientes del lugar como a los ciudadanos en general que no frecuentaban el lugar para ordenar los datos de forma más verídica y hacer una valoración general si sería rentable la creación del sport bar en el cual fue positivo ya que es lo único que faltaría a la ensenada para ser un puente generador de ingresos fuera de las temporadas altas al balneario.

- **Establecer acuerdos y compromisos entre actores**

Los acuerdos a los cuales se someten los facilitadores Cesar Montenegro, Alex Ramírez, Jairo Reyes, fueron los siguientes;

- 1-Facilitar talleres para uso de herramientas tecnológicas de mejora de la demanda del lugar
- 2-Crear modelo 3d



V. Resultados

Origen/Fundación de la Oficina

El “Centro recreativo la ensenada” surge de la idea de doña Flor Gonzales con la intención de abrir las puertas a un nuevo centro de recreación en la ciudad de Estelí, Nicaragua. Mostrando a los ciudadanos una interacción entre lo moderno y lo rustico. El nombre Ensenada surge de un viaje donde doña Flor visito la ciudad Ensenada en baja California EE. UU, la cual estaba rodeada de valles y naturaleza.

Esta combinación encajaba perfecta en el lugar que se sitúa el local ya que el centro recreativo la ensenada está rodeada por montañas y naturaleza lo cual motivo a doña Flor a elegir ese nombre para el local La ensenada abrió sus puertas al público general en el año de 2011 dándole a la ciudadanía en general una nueva opción para visitar y pasar un buen momento en familia

Misión, Visión

Misión: Ser la empresa líder en recreación y entretenimiento turístico de manera efectiva, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes brindándole un producto de calidad y con un excelente servicio.

Visión: Ser uno de los mejores centros turísticos de la parte norte del país.

Análisis de la situación actual de la organización

Para dar salida a este objetivo se hablará un poco de la situación actual, como parte de su antecedente, el “Centro recreativo la Ensenada” es como en su nombre lo dice un centro de recreación que se dedica al disfrute y goce en un ambiente familiar en la cual se puede destacar su estilo rustico.

“La ensenada” ofrece al público en general los servicios de restaurante con una gran variedad de platillos a la carta para el deleite de los visitantes, también cuentan con una piscina para la recreación familiar, actualmente cuentan con sport-bar para el funcionamiento en temporada baja del local.

El centro recreativo la Ensenada también ofrece su local para diferente tipo de eventos como bodas, cumpleaños, conferencias etc. Esto para aumentar las ganancias

obtenidas en temporada baja.

También ofrece apartamentos los cuales próximamente aumentaran su número y posiblemente su funcionamiento como tal ya que los que hay en existencia solo se alquilan por un tiempo mayor a 9 meses.

Análisis de la estrategia organizacional y gerencial

El centro recreativo desde nuestro punto de vista su estrategia organizacional está muy completo ya que los dueños del local son participe de todas las actividades que se dan dentro del local tanto como para organizar eventos como para dar una gerencia de calidad para mantener una excelente calidad de servicios que ofrece el local.

No obstante, la participación de Flor Gonzales y Amílcar Rodríguez al ser los dueños del centro recreativo la Ensenada es indispensable para el buen funcionamiento organizacional y gerencial que ofrece el local.

Pero es necesaria la creación de un organigrama para organización y representación de los puestos dentro de la empresa de este modo se plantea la propuesta de un organigrama.



1. Identificar las condiciones del “Centro Recreativo La Ensenada”

El Centro Recreativo La Ensenada está ubicado en la ciudad de Estelí-Nicaragua a 500mts del sistema penitenciario hacia el este, es un negocio familiar, actualmente en el año 2017 el local cuenta con;

1. Restaurante.
2. Área de piscinas para todas las edades.
3. Un sport bar.
4. Parqueo.
5. Un pequeño parque para infantes.
6. Pequeñas mesas techadas con paja para dar un estilo campestre.
7. El sitio está totalmente forestado con árboles y plantas ornamentales que crean un ambiente verde y natural.
8. Una mejor seguridad monitoreada con cámaras desde la entrada principal al centro recreativo.

El local dentro de sus antecedentes nos comentaba doña flor propietaria del lugar, que en el año 2011 únicamente comenzó con el atractivo de la piscina y restaurante, no tenía ni el sport bar, ni las mesas techadas con paja, el parque infantil, su enfoque era únicamente para temporada de semana santa cuando los pobladores llegaban al local, por ir a refrescarse un rato en sus piscinas y carecientes de seguridad.

Se llevaron a cabo una serie de actividades en el centro recreativo la Ensenada las cuales fueron realizadas por estudiantes de la FAREM ESTELI en la asignatura de animación turística en el año 2014 en la temporada de verano, enfocadas en la asignatura de animación turística, se le ha dado un arduo seguimiento al lugar siendo el equipo de turismo cursante actualmente en el 2017 5to año quienes comenzaron con las actividades desde un punto de vista turístico.

Desde sus antecedentes pasando a su actualidad en el año 2017 se ha estudiado su mercado, potencial evaluando sus servicios desde el 2011 profundizando en el año



2014, observando, registrando con datos específicos y potenciando, sus ofertas de forma correcta, de esta manera nos permite llegar a una decisión unánime de que sería conveniente para el centro Recreativo la Ensenada realizar un estudio antes de lanzar un proyecto para que sea aceptado en el mercado de forma favorable.

Primeramente se evaluó con que se inició, su servicio de restaurante y piscinas, que solo iba enfocado a un mercado el veraneante y que solo trabajaría en temporada alta, siendo este tiempo el único que generaría grandes ganancias al local, fuera de verano su actividad económica bajaba en un 65% según (Gonzales) la propietaria del lugar quien lleva un cuaderno de registro, basándonos en esa problemática se creó un servicio complementario una propuesta de un sport bar el cual fue facilitado en 3D para que siguiera la imagen del local se hizo un plan de marketing creando un logotipo siguiendo los criterios para crear una marca, el proyecto fue aceptado de forma satisfactoria y fue implementado en el año 2016 siendo un éxito.

Se llevó a cabo la implementación de un diseño en 3d de apartamentos estilo campestre de forma que cree un servicio complementario a los que ya ofrece actualmente siguiendo los criterios para resolver este problema latente en la zona, para poder crear una sola imagen, al estilo campestre que ya posee el sitio sin combinar estilos, y que tenga una excelente acogida al consumidor.

2. Construir estrategias de marketing “Centro Recreativo La Ensenada”

Se plantearon algunas estrategias de marketing que se mencionaran a continuación y se explicaran

Objetivo y alcance del plan marketing

Objetivo

Establecer los requerimientos y herramientas de diseño y marketing para la implementación de una imagen que este en armonía con el destino turístico Centro Recreativo la Ensenada.

Alcance

El plan de integración del diseño 3 dimensiones (3d) de apartamentos estilo cabañas, tiene como alcance principal un reconocimiento a nivel nacional, en el cual se cree una imagen de acuerdo al sitio y esta llegue a ser captada por los clientes nacionales principalmente e internacionales.

Soluciones o propuestas de marketing.

La propuesta planteada es la de crear un diseño en 3D de apartamentos estilo cabañas en la cual tenga una imagen que pueda identificar como única del resto de lugares turísticos, esto servirá como un complemento a sus servicios ya ofertados al mercado actual de este modo sus clientes se expandieran más allá de los servicios a los que ya acceden, como son los de recreación, alimentación, entretenimiento, esta propuesta está basada en un estudio de marketing y diseño que se planteó (Destinos turísticos y sus desventajas, 2012) en la cual más del 70% de los destinos turísticos pasan por alto este plan de marketing y su importancia

Por lo que se toma en cuenta esto y la opinión de la dueña del local doña Flor, la cual tenía en mente únicamente agregar a sus servicios el alojamiento, por lo cual consulto con los estudiantes de turismo sostenible FAREM ESTELÍ, para una propuesta de marketing y pueda impulsar de manera correcta el proyecto.



Para llevar un plan de acción se realizó un análisis FODA el cual permita observar sus debilidades y fortalezas.

Análisis FODA

Tabla 2

Fortaleza	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Buena atención 2. Buena infraestructura 3. Modelo rustico 4. Variedad en el menú 5. Precios accesibles 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de visitantes 2. Entrar en nuevos mercados o segmentos 3. Tener un prestigio de marca al mercado 4. Estar en la mejor comida a la carta del país. 5. Preferencia en el mercado.
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mal acceso 2. Poca publicidad 3. Falta de personal capacitado. 4. Mal aspecto en el alambrado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pocas visitas al local 2. No ser reconocidos como empresa. 3. Clientes insatisfechos 4. Inseguridad a los clientes

Marketing Estratégico

El mercado objetivo es el prospecto de los consumidores potenciales del negocio, la segmentación propuesta en el estudio de mercado facilita la realización de actividades publicitarias para la introducción de la marca.

Por medio de publicidad en medios de comunicación como es la radio, y la página FB la cual actualmente tiene más de 400 seguidores activos.

Ambientación

El cual poseerá un estilo campestre para seguir la temática del local, el centro recreativo la Ensenada, está en una propiedad al aire libre.



Diferenciación

La diferenciación buscada por la marca se fundamenta en el precio versus la calidad, además de la excelente ambientación.

Factores Distintivos

La Ensenada, mantendrá un estándar en su imagen gráfica, piezas publicitarias, material promocional e insumos serán registrados con la marca, siguiendo a su vez una imagen que la caracteriza en el mercado como un estilo campestre

Estrategia de Producto

En un mercado con gran presencia de competidores; donde la intensidad competitiva obliga a las empresas a realizar actividades publicitarias agresivas y a constantemente crear nuevas promociones para el producto, por esta razón la estrategia planteada para la introducción de la marca es dar a conocer el servicio de alojamiento por medio de la radio, perifoneo y por la página FB del Centro Recreativo la Ensenada.

Estrategia de precios.

La condición de precio se encuentra como un factor de mediana influencia en el mercado objetivo, por esta razón la estrategia se fundamentará en precios similares a los competidores, ya que la cantidad de empresas competidoras primarias y secundarias oferta servicios poco diferenciados.

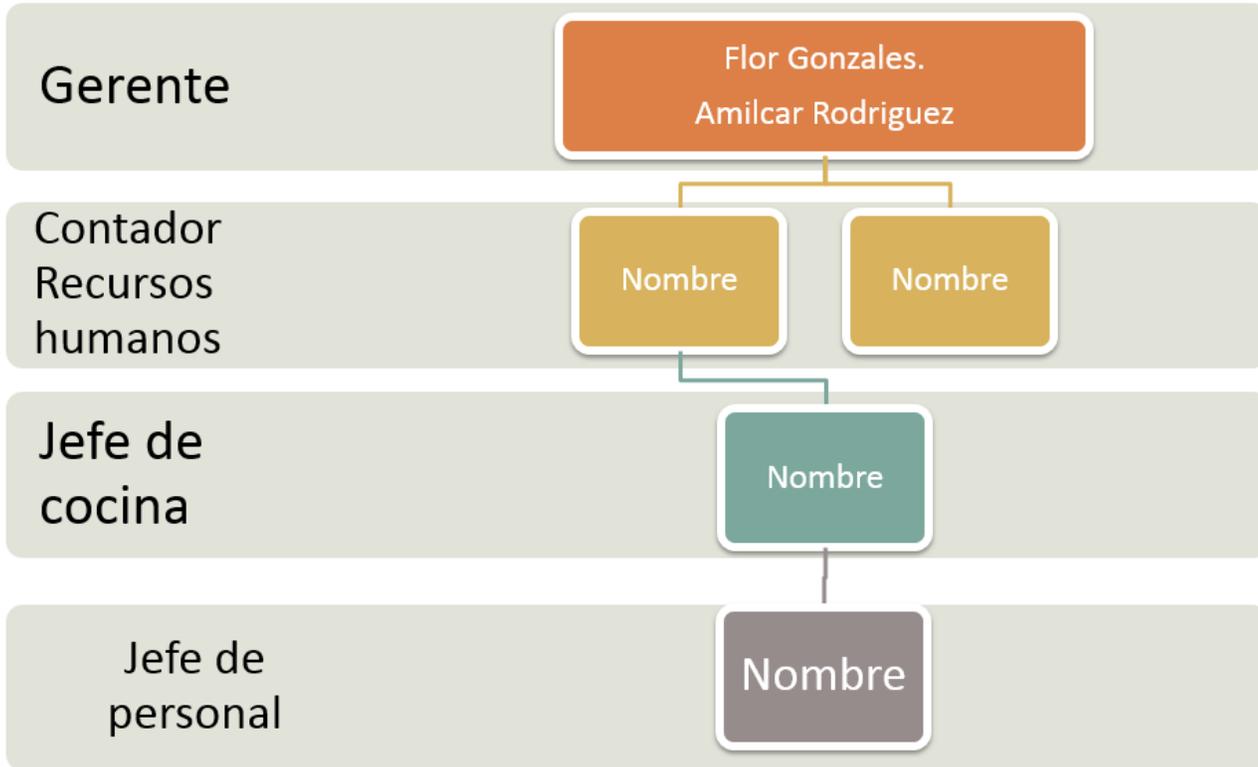
Estrategia de Promoción

La promoción es uno de los aspectos fundamentales en la introducción de un negocio en el sector de Alojamiento, la mayor cantidad de la inversión a realizar en el plan de mercadeo se orienta a esta actividad.

La estrategia se orientará a obtener una imagen distintiva y liderazgo, en el mercado de hotelería a través de la implementación de campañas publicitarias tanto de introducción como de reforzamiento.

Propuesta Organigrama.

Ilustración 3



Fuente: Elaboración propia.

Explicación de cargos.

Gerente

Romero, s.f.(2017)afirma. ‘‘Es la persona que se encarga de dirigir la junta directiva de la organización en la cual labora. Es designada por ascenso dentro de la empresa o por proceso de selección de talento humano externo.’’

Contador

Este profesional es el encargado de gestionar la información financiera y comercial de una organización. El contador sabe cuánto dinero entra a la empresa, cuánto dinero sale, cuánto se debería gastar, cuánto se debe pagar en tributos, cuándo están



en problemas, en fin. En otras palabras, el contador lleva las cuentas. (La menorquia,2016)

Recursos Humanos

El departamento de recursos humanos, o RRHH (también llamado departamento de personal) es el responsable de la selección y contratación del personal idóneo para cada puesto laboral vacante, y también del mantenimiento de un plantel laboral con posibilidades y comodidades, en buenos ambientes, con respeto y tolerancia. (La menorquia,2016)

Jefe de cocina

El jefe de cocina es un **cargo muy importante en un restaurante**, puesto que, entre otras funciones básicas, se ocupa de controlar al personal y/o planificar los menús. Para poder ejercer con éxito este lugar de trabajo, es necesario una formación académica específica en gastronomía, dirección de equipos y prevención de riesgos laborales, entre otras cuestiones. (La menorquia,2016)

Jefe de personal

La función del jefe de personal es planificar, dirigir, coordinar y evaluar el trabajo del Equipo a su cargo. (Movimiento de Personal, Escalafón, Remuneraciones y Pensiones).

Dirigir la elaboración de los documentos técnicos que es competencia de Personal como: - Reglamento de Asistencia, Puntualidad y Permanencia del Personal (Luis Silva,2017)



3. Diseñar apartamentos turísticos en el “Centro Recreativo La Ensenada” utilizando el modelo en tres dimensiones

Se hizo seguimiento en el plan de marketing y tomando en cuenta la importancia de una buena imagen para el local se realizó el diseño en 3d de los apartamentos en el Centro turístico la Ensenada los cuales se muestran en imágenes a continuación:

Ilustración 4 Parte frontal 3d



Fuente: Elaboración propia

El diseño tridimensional tiene un estilo campestre, compuesto por paredes de piedra fluvial, en la parte frontal tiene lo que es la caída de agua del techo, una puerta de madera que es la entrada al apartamento, con dos ventanas una al lado derecho y izquierdo de doble hoja.



Ilustración 5 Parte trasera



Fuente: Elaboración propia.

En la parte trasera del diseño se sigue con el estilo de las paredes con piedra fluvial, con una ventana doble hoja que conecta directamente al dormitorio y una caída de agua en el techo.



Ilustración 6 Parte lateral izquierda



Fuente: Elaboración propia

En la parte lateral izquierda con un diseño de piedra fluvial sus paredes una ventana doble hoja que conecta con la sala, y una ventana doble hoja que conecta con el baño

Ilustración 7 parte lateral derecha



Fuente: Elaboración propia



El estilo del diseño en la parte derecha es con piedra fluvial, con una ventana de doble hoja que conecta directamente con la sala, con la caída del agua en su lado izquierdo.

Ilustración 8 plano tridimensional



Fuente: Elaboración Propia

El diseño tridimensional o tres dimensiones del plano en el cual está dividido el apartamento, que es su salón con dormitorio sin divisiones y una pequeña división para el cuarto de baños.



VI. Conclusiones.

Luego del desarrollo de diseño modelado en 3D del área de alojamiento, centro recreativo La Ensenada y hacer la propuesta del mismo llegamos a las siguientes conclusiones:

- Se identificó dentro del área del “Centro recreativo La Ensenada” respecto a las condiciones se encuentran en un excelente estado en cada una de sus áreas prestadoras de servicios, tanto en imagen como infraestructura ya que los propietarios prestan gran importancia a la imagen del local y al cuidado de las instalaciones
- Se diseñó un plan de marketing con el fin de promocionar y brindar la información necesaria de las estrategias por parte de los propietarios, y personal en general
- Se desarrolló el modelado en 3D él fue diseñado con una serie de herramientas y programas especializados en el diseño y animación, además, se encuentra con su respectivo amueblado y condiciones necesarias mediante las cuales se puede optar por diferentes precios, tamaños y características.



VII Recomendaciones.

De acuerdo a la investigación desarrollada y los resultados obtenidos, se plantean las siguientes recomendaciones orientadas a complementar los servicios referentes a los aspectos de las condiciones del “Centro Recreativo la Ensenada”, el plan del marketing, y el modelo tridimensional o 3 dimensiones:

- Dentro de las condiciones actuales del local a pesar de tener una excelente imagen e infraestructura tener un registro de seguimiento en el cual se archiven las fechas de remodelación y mantenimiento del lugar, para así mantener la excelente imagen y calidad visual en la parte de infraestructura que los ha caracterizado.
- En el plan de marketing se debe tomar en cuenta la implementación de propuesta de organigrama en la cual les facilitara un mayor desempeño laboral en el local para un mayor funcionamiento, y seguir las estrategias de marketing para una mayor captación de clientela y un mejor acercamiento con el cliente, como son la ambientación y promoción al “Centro Recreativo la Ensenada”
- En el modelado de 3 dimensiones seguir fielmente el diseño en el momento de su implementación ya que será un agregado que sigue fielmente el estilo campestre que posee el local en general.



VIII Bibliografía

- Alcañiz, E. b. (2000). Marketing de destinos turísticos, análisis y estrategias de desarrollo. En E. b. alcañiz, *Marketing de destinos turísticos, análisis y estrategias de desarrollo* (pág. 30). Madrid: ESIC.
- Bails, B. (1802.). *Diccionario de arquitectura civil*.
- Bligoo. (2016). *Bligoo*. Obtenido de Bligoo:
<http://destinosyproductosturisticosdelmundo.bligoo.com.mx/oferta-y-demanda-turistica#.VzAccIR96Uk>
- Bongiorno, F. (2013). *positiveviajes*. Obtenido de positiveviajes:
<http://positiveviajes.com.ar/disfruta-al-extremo/beneficios-del-turismo/>
- Borge, L. d. (16 de septiembre de 2011). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Turista>
- Br. Fanny Nineth Avendaño Montenegro, B. R. (06 de marzo de 2015). *Propuesta Anteproyecto Arquitectónico Hotel Ecoturístico PIXOA ubicado*. Obtenido de
<http://repositorio.unan.edu.ni/1218/1/47385.pdf>
- Cebrian, J. M. (2015). Photoshop básico CS6. Obtenido de wikipedia:
https://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop
- Crosby, A. (1996). *Libro Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales*. centro europeo de formación ambiental y turística.
- Europea, R. (2015). *Bares, Bares tematicos restauracion y hoteleria*.
- FUNES, M. L. (3 de abril de 2015). *ABC Economía*. Obtenido de ABC Economía:
<http://www.abc.es/economia/20150403/abci-tendencias-turismo-mundial-201504030220.html>
- Geraldind. (2004). El uso de las diferentes herramientas. En geraldind.
- Golgi. (2007). *Ser Turista*. Obtenido de Ser Turista: <http://serturista.com/general/las-tipologias-del-turismo/>
- Introducción al diseño. (2008). En A. L. Pajero. Obtenido de wikipedia.
- INTUR, N. (2015). *Economía turística nacional*.
- Jorgebonilla. (2 de octubre de 2013).
- Julianaviveturismo. (5 de febrero de 2008). Obtenido de
<http://julianaviveturismo.blogdiario.com/1202194020/elementos-del-turismo/>
- MARKETIN Y PUBLICIDAD. (2006). En Frank. MADRID.
- Máster en marketing. (2005). En L. Iniesta.



OMT. (2015). *Panorama OMT del turismo internacional*. UNWTO.

Prensa, L. (2015). La importancia de la imagen.

Romero, M. L. (s.f.). *Lider*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2017, de
<https://www.lifeder.com/que-hace-gerente-general/>

Sole, L. d. (2002). El consumidor turistico. En L. d. sole, *El consumidor turistico* (págs. 39,40).
Madrid: ESIC.

Thomas. (2009). Los Diseños del mundo. En thomas.

Web 2.0. (2010). En J. L. Marin.



IX ANEXOS



Tabla 3

Objetivo de la observación

Es el tomar los diferentes criterios de caracterización más importantes del local para la implementación del diseño tridimensional de apartamentos, para que logre obtener ‘armonía visión’

Criterios de observación	SI	NO	Observaciones
Turístico.			
¿El ‘Centro recreativo la Ensenada’ tiene mayor afluencia de turistas todo el día de la semana?		x	Su mayor afluencia de turistas es los fines de semana sábado y domingo ya que de lunes a viernes se renta para eventos
¿El ‘Centro recreativo la Ensenada’ cuenta con los atractivos suficientes para ser reconocido nacionalmente?		x	Le falta más publicidad y un criterio muy importante a tomar en cuenta que es un lugar donde hospedarse ya que está alejado de la ciudad, cuenta con mucho potencial turístico a ser explotado.
Lo Ambiental	SI	NO	Observaciones
¿El ‘Centro recreativo la Ensenada’ toma las medidas de	x		En el restaurante, ellos dividen la basura en desechable, no



sostenibilidad ambiental en sus áreas de trabajo?			desechable y orgánica de modo que contribuya al Medio ambiente, también lo que son sus focos son ahorrativos.
¿El “Centro recreativo la Ensenada” fomenta de algún modo la conservación ambiental?	x		El centro recreativo, fomenta lo que es la preservación de las especies posee unos adornos artificiales de algunas aves de modo que fomente el uso de adornos creados a mano, que encerrar a los animales, también el local está rodeado de un área verde que se a creado en el local
Diseño	SI	NO	Observaciones
El Centro recreativo la Ensenada cuenta con una imagen que lo catalogue dentro de lo que llamamos imagen visión	x		Se refieren al local con un estilo “campestre” que nos indica esta palabra, algo relacionado con el campo, su imagen principal o tema es ese, con algunas decoraciones haciendo referencia a ello, el sport bar como el



			serrucho, en el restaurante hay cuadros pintados de vacas o caballos
El “Centro recreativo la Ensenada” necesita para nuevos servicios seguir lo que llamamos “armonía visión”	x		Al crear nuevos servicios complementarios como en el caso de apartamentos, estos tienen que seguir el tema principal del lugar un estilo “campestre” ya que es la imagen que la característica, al crear unos apartamentos estilos modernistas urbanos crearía un choque en diseño y ambiente el cual no sería correcto para el negocio



Guía de observación

Nombre del lugar: -----

|1- Infraestructura

Excelente

Bueno

Regular

Malo

2. Atención al cliente.

Excelente

Bueno

Regular

Malo

3. Afluencia de turistas

Excelente

Bueno

Regular

Malo

4.Sostenibilidad ambiental

Excelente

Bueno

Regular

Malo



5. Imagen del lugar.

Excelente

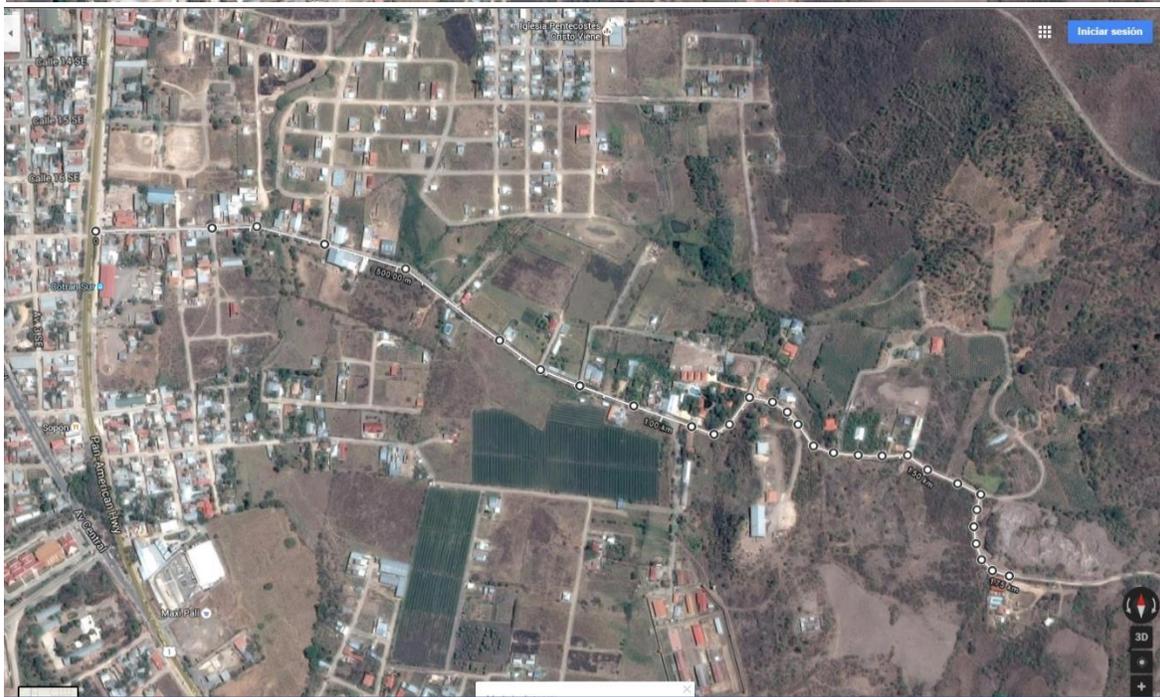
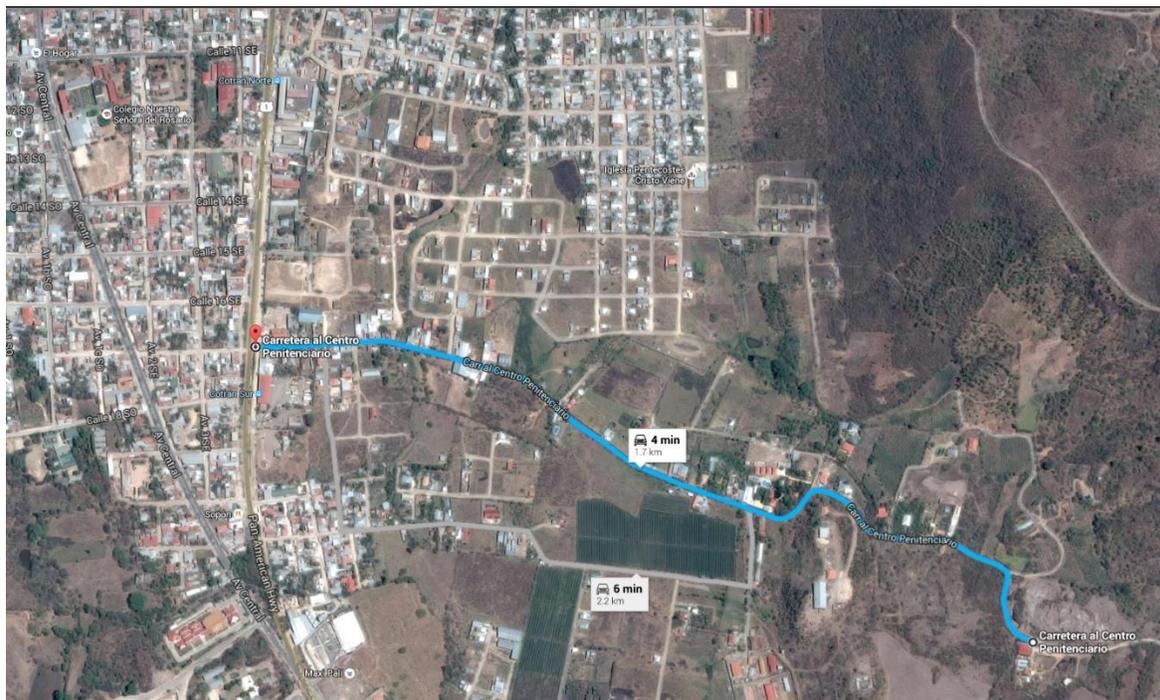
Bueno

Regular

Malo



Ilustración 9 Mapa para llegar



Fuente: Google Maps



Fuente: Elaboración propia



Ilustración 10 Sport bar 2016



Fuente: Elaboración propia.

*Ilust
raci
ón
11
Spo
rt
bar
201
6*

Ilustración 12 Logotipo Ensenada



Fuente: Elaboración propia.



Foto 2 Construcción de sport bar 2016



Fuente: Propia

Foto 1 Ensenada en 2010



Fuente: La Ensenada



Foto 3 Ensenada 2010



Fuente: La Ensenada.

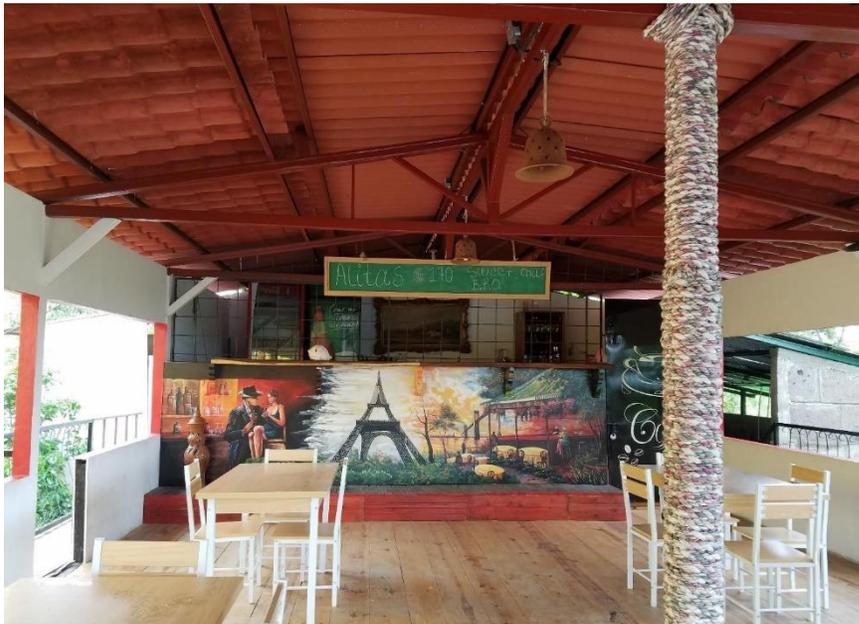
Foto 4 Ensenada 2010



Fuente: La Ensenada.



Foto 5 "Ensenada" sport bar 2017



Fuente: Elaboración propia

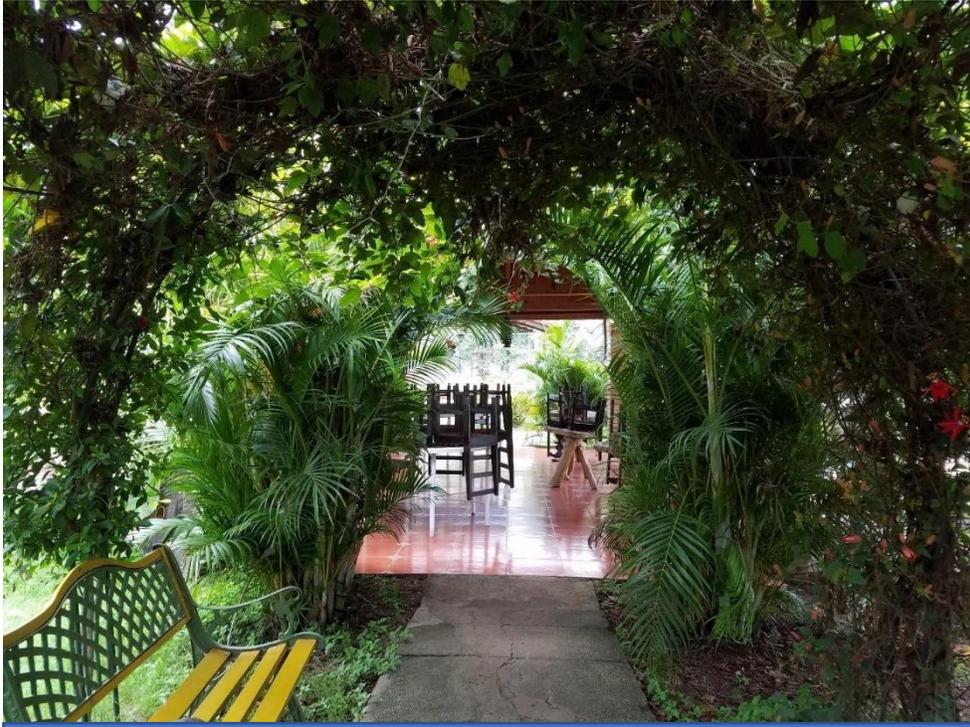
Foto 6 "Ensenada" sport bar entrada 2017



Fuente: Elaboración propia



Foto 7 "Ensenada" 2017



Fuente: Elaboración propia

Foto 8 "Ensenada" Entrada 2017



Fuente: Elaboración Propia



Foto 9 "Ensenada" Entrada restaurante 2017



Fuente: Elaboración propia

Foto 10 "Ensenada" 2017 Área verde



Fuente: Elaboración propia



Foto 11 "Ensenada" Parqueo 2017



Fuente: Elaboración propia

Foto 12 Letrero de áreas verdes



Fuente: Elaboración propia



Foto 13 Exteriores entrada principal



Fuente: Elaboración propia

Foto 14 Aves artificiales



Fuente: Elaboración propia



Foto 15 Sport bar el serrucho



Fuente: Elaboración propia

Foto 16 Piscinas para menores



Fuente: Elaboración propia



Foto 18 Parque para niños



Fuente: Elaboración propia

Foto 17 Piscinas para adultos 2017



Fuente: Elaboración propia