



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

César Josué Montenegro Rodríguez.

FAREM-ESTELÍ

cesar.montenegro19@yahoo.es

Alex Francisco Ramírez Valdivia

FAREM-ESTELÍ

Alexval95@yahoo.es

Jayro Antonio Sobalvarro Reyes.

FAREM-ESTELÍ

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.

Se elabora ante la necesidad que ‘ ‘son más de un 70% de los destinos que no tienen una imagen que capte el estilo al 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 otras tramas como usar el sport bar como discoteca, crearía incomodidad ante los clientes, al mezclar dos contrastes diferentes. La prensa, (2015).

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

Summary.

In the present work a proposal of tourist development of 3-dimensional apartments for the 'Ensenada Recreation Center' 'Estelí Nicaragua, during the second semester of 2017



is shown. In which a design of three-dimensional apartments was made to extend the offer of the premises during low season.

The focus of the present investigation is qualitative, since the environment of the Ensenada Recreation Center is analyzed and disseminated jointly with those responsible for it, in order to characterize, obtain an overview of the problems and solutions to implement, In addition, within the qualitative approach.

It is elaborated before the need that "there are more than 70% of the destinations that do not have an image that captures the style to the tourist place", this refers to the fact that thematic is not combined with the place, if a company creates a sport bar its main theme are sports games, by mixing other plots such as using the sport bar as a disco, it would create discomfort to customers, by mixing two different contrasts. The press, (2015).

As a result, a marketing plan was designed in order to promote and provide the necessary information of the strategies by the owners

Keywords:

Tourist development, Apartments, 3 Dimensions (3D), Recreation Center



Introducción.

El presente documento tiene como propósito principal mostrar los resultados obtenidos tras el desarrollo de una investigación, en el “Centro Recreativo La Ensenada” durante el segundo semestre del 2017.

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.Un Restaurante.
2. Una piscina para adultos y dos para menores de edad.
- 3.Un sport bar que abre sus puertas desde las 5:00pm hasta las 5:00Am con una capacidad de carga de 50 personas
4. Un 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.

9. Una sala de eventos

El local dentro de sus antecedentes afirma la propietaria del local 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 en temporada de verano.

En el año 2016 se realizó una propuesta de un sport bar para el “Centro Recreativo La Ensenada” el cual es un complemento que se explota en temporada baja, ya que en el año 2015 su mayor fuente de ingreso era en verano por el uso de sus piscinas.

El “Centro Recreativo La Ensenada” alquila diferentes áreas para la realización de eventos en general como bodas, conferencias, promociones, su restaurante es uno de los más utilizados para estas actividades dentro del local, ya que a su vez posee una pequeña tarima, su sala de eventos es únicamente usada en conferencias



o reuniones empresariales ya que posee un proyector de pantallas con una capacidad de carga de 50 personas

La propuesta de apartamentos tridimensionales surge ante la problemática latente dentro del país que más del 70% La prensa (2015) de los destinos turísticos no contienen armonía visión, esto quiere decir que no siguen una temática o un estilo que cause un impacto positivo al visitante, esta problemática se estudio a pequeña escala dentro del lugar, por medio del método de observación en el que se aplicó una guía de observación primeramente para definir la calidad de su infraestructura y estilo.

Se realizo una entrevista en la cual se le pregunto a los visitantes si estaban enterados que el "Centro Recreativo La Ensenada" alquilaba anualmente unos cuartos, donde se obtiene una respuesta negativa, que refleja el desconocimiento de la existencia de estos, en base a este dato se llegó a la conclusión de que no se poseía una armonía visión en la parte de alojamiento.



Métodos e instrumentos.

Método de observación

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.

Según Bunge (727) la observación en cuanto es un procedimiento científico se caracteriza por ser:

Intencionada: porque coloca las metas y los objetivos que los seres humanos se proponen en relación con los hechos, para someterlos a una perspectiva teleológica.

Ilustrada: porque cualquier observación para ser tal está dentro de un cuerpo de conocimientos que le permite ser tal; solo se observa desde una perspectiva teórica.

Selectiva: porque necesitamos a cada paso discriminar aquello que nos interesa conocer y separarlo del cúmulo de sensaciones que nos invade a cada momento.



Interpretativa: en la medida en que tratamos de describir y de explicar aquello que estamos observando. Al final de una observación científica nos dotamos de algún tipo de explicación acerca de lo que hemos captado, al colocarlo en relación con otros datos y con otros conocimientos previos.

Instrumentos

Guía de observación

Marta Gutiérrez, (2016) “Instrumento que se basa en una lista de indicadores que pueden redactarse ya sea como afirmaciones o bien como preguntas, que orientan el trabajo de observación dentro del aula, señalando los aspectos que son relevantes al observar.”

En los instrumentos se utilizó la guía de observación que permitió a través análisis realizar un primer diagnóstico respecto al uso que hace el área en lo referente al servicio de alojamiento, donde se tomo en cuenta infraestructura, atención al cliente, sostenibilidad, afluencias de turistas, en las cuales fueron calificadas con las opciones de Excelente, bueno, regular, malo



Resultados.

Identificar las condiciones del “Centro Recreativo La Ensenada”

A como se especifica en la introducción actualmente el **“Centro Recreativo La Ensenada”** trabaja activamente con un restaurante, piscinas, sala de eventos, parque infantil, sport bar en lo que son sus servicios, el local a su vez es usado para eventos, sus condiciones en pleno año 2017 tanto en infraestructura están en buen estado, ya que reciben mantenimiento constante y gran cuidado por parte de los propietarios manteniendo su esencia y temática principal de un estilo campestre.

El sport bar que es el atractivo creado mas actual en el año 2016, esta en excelentes condiciones, tanto en su imagen fiel al resto del lugar poseedora de ese estilo campestre, como en infraestructura, con su base de piso madera, abierta con una buena vista.

Sus áreas verdes son cuidadas de excelente manera siendo otro estilo característico del lugar al siempre mantenerse verde ya que los propietarios dan gran cuidado a la parte ambiental, cuidando sus jardines y arboles al darles un excelente aspecto importante para la imagen del lugar.



Construir estrategias de marketing “Centro Recreativo La Ensenada”

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

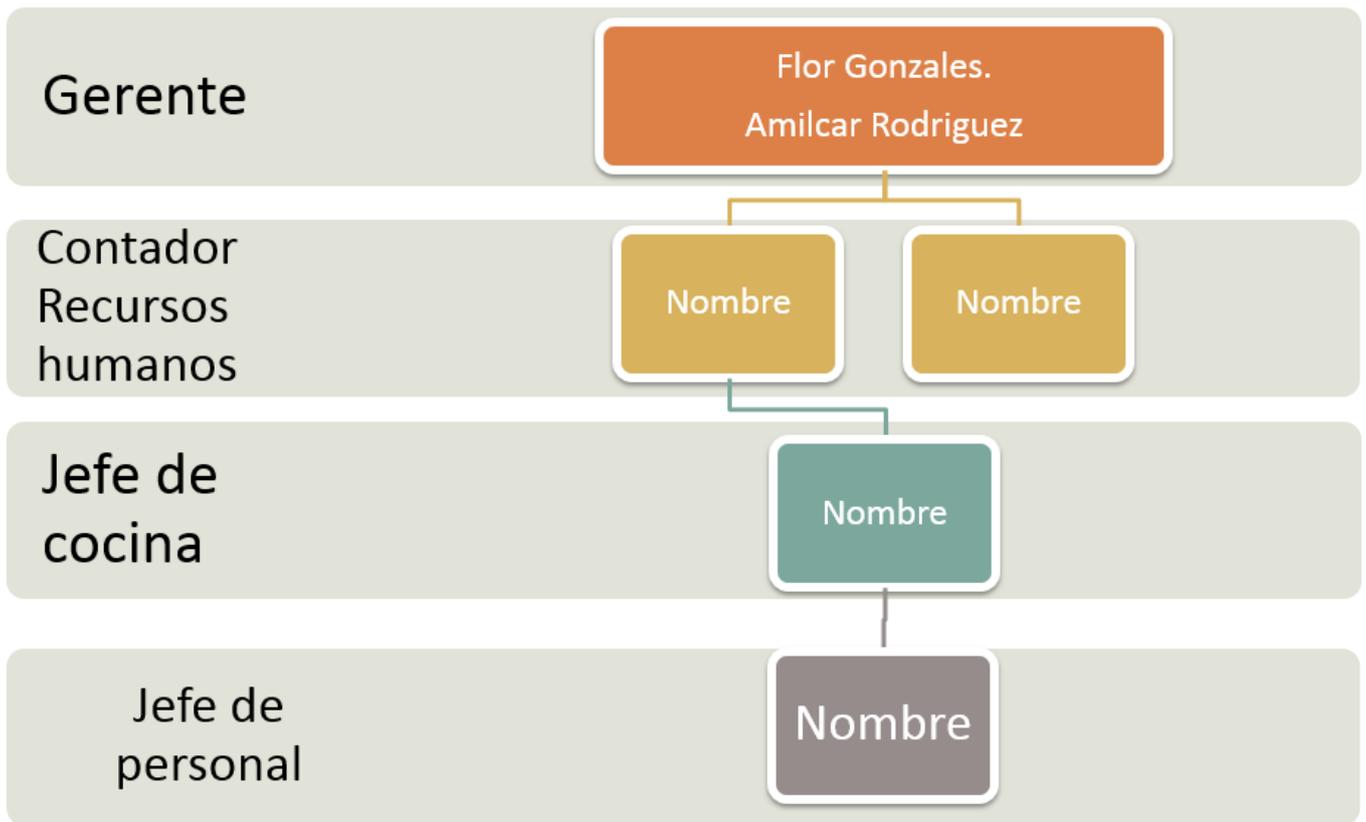
Alcance

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.

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.

Propuesta Organigrama.



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)

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 1 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 2 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 3 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 4 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 5 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.

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 identifico 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.



Recomendaciones.

De acuerdo a la investigación desarrollada y en específico a 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 archive las fechas de remodelación y mantenimiento del lugar, para así mantener la excelente imagen y calidad visual en la parte de infraestructura que los a 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.



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). *Economia turistica nacional*.

Jorgebonilla. (2 de octubre de 2013).

Julianaviveturismo. (5 de febrero de 2008). Obtenido de

<http://julianaviveturismo.blogdiario.com/1202194020/elementos-del-turismo/>

MARKETING 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.