

*Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua*

*UNAN-León*

*Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.*

*Gestión de Empresas Turísticas*



*Tema. Diseño de producto turístico como aporte al desarrollo del municipio de Achuapa del departamento de León, Nicaragua.*

*Autores:*

*Br. Francis Yubelka Martínez Torrez.*

*Br. Rosa Virginia Romero Díaz.*

*Br. Christian Valeria Sánchez Romero.*

*Tutora: MSc. Dania Hernández Pinell.*

*Mayo, 2020*

*León, Nicaragua.*

*“A la libertad por la Universidad”*

*Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua*

*UNAN-León*

*Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.*

*Gestión de Empresas Turísticas*



*Tema. Diseño de producto turístico como aporte al desarrollo del municipio de Achuapa del departamento de León, Nicaragua.*

*Autores:*

*Br. Francis Yubelka Martínez Torrez.*

*Br. Rosa Virginia Romero Díaz.*

*Br. Christian Valeria Sánchez Romero.*

*Tutora: MSc. Dania Hernández Pinell.*

*Mayo, 2020*

*León, Nicaragua.*

*“A la libertad por la Universidad”*

## **Resumen:**

El objetivo principal de esta investigación es el diseño de producto turístico para el desarrollo del municipio de Achuapa, departamento de León. Para esta investigación se requirió identificar los recursos naturales y culturales con potencial turístico del municipio de Achuapa, indagar la opinión o la percepción de la población, líderes comunitarios e instituciones públicas respecto al diseño de un producto turístico en el municipio, para el desarrollo socio-económico de la zona y, por último, indagar la percepción de los turistas potenciales respecto al diseño de un producto turístico, para conocer la demanda potencial del producto e identificar el perfil de los turistas potenciales que visitarán y consumirán el producto turístico del municipio de Achuapa.

Para ser posible el cumplimiento de los objetivos antes mencionados, la metodología aplicada fue: método deductivo en el que se tomo en cuenta la opinión ciudadana para saber la aceptación del producto, al igual se aplicó el estudio descriptivo en el que se baso en describir la situación actual de los recursos turísticos que posee el municipio de Achuapa, así mismo esta investigación es de corte transversal. El tipo de muestreo es aleatorio simple, las técnicas que se utilizaron fueron mediante entrevistas, encuestas, observación y fichas.

Finalmente, los resultados obtenidos condujeron al diseño de un producto turístico denominado "Aventúrate en Achuapa", dirigido a turistas que buscan actividades de aventura y contacto con la naturaleza, con un valor adquisitivo medio aprovechando los principales recursos naturales del municipio de Achuapa.

## *Dedicatoria*

*Esta tesis está dedicada a:*

*A Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy. A mi madre Patricia Torrez y a mi padre Francisco Martínez quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valor, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.*

*A mis hermanos y hermanas por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.*

*Posteriormente quiero dedicar esta tesis a mis amigos (a), por extender su mano en momentos difíciles. Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.*

*Francis Martínez.*

*Se lo dedico primeramente a Dios, por darme sabiduría para llegar hasta aquí, a mis padres que son el motor fundamental en mi vida y han guiado cada paso que doy.*

*Rosa Romero*

## *Agradecimiento*

*Mi profundo agradecimiento a mis profesores quienes me dieron clases por el transcurso de la carrera, quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.*

*Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a la Msc Dania Hernández tutora de tesis y principal cómplice durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.*

*Francis Martínez.*

*Agradezco a mis padres Karla Díaz y Humberto Romero por el apoyo incondicional, a toda mi familia, a mis hermanos Humberto, Robertito y Ramirito, a mi tío Nelvin, Bismark y Víctor que me apoyaron de una u otra manera, a mis abuelas mamita Yolanda que está en el cielo y que siempre cuidó de mí, mamita Rosita que siempre está a mi lado con su apoyo incondicional. Agradezco a mis compañeras y amigas de investigación por todo el tiempo convivido. Por último, pero menos importante agradezco a nuestra tutora la Msc. Dania Hernández por dedicarnos tiempo y guiarnos para la culminación de esta tesis y a todos los maestros que dejaron huellas a lo largo de la carrera.*

*Rosa Romero*

*Quiero dar infinitas gracias a Dios por regalarme sabiduría e inteligencia para llevar a cabo esta investigación, agradezco por haberme puesto con dos compañeras súper especiales, por no dejar que me faltara nada en mis años de estudio, por todo lo que he logrado y lo que seguiré logrando.*

*Agradezco a mi mamá María Haydee Romero por ser una madre ejemplar, que me demuestra más que su cariño apoyándome en mis estudios y brindando lo mejor de ella hacia mí, agradezco a mis tíos Kenia y José Estaría, a mi papá Iván Sánchez por ayudarme económicamente en todos mis*

*estudios y por siempre regalarme palabras de aliento para continuar mis clases les agradezco por no dejarme en ningún momento, por todo su amor y cariño, muchas gracias.*

*Estoy más que agradecida con mi tutora Msc. Dania Hernández por su valioso tiempo, por sus regaños que nos sirvió de mucho, por sus palabras de ánimo en cada tutoría, muchas gracias sin ella no hubiéramos logrado esto.*

*Y finalmente, pero no menos importante a todos los que un día me brindaron palabras de aliento, a Néstor Ramírez gracias por ayudarme a terminar mi carrera universitaria, a todo los que hicieron posible este logro en mi vida.*

*Christian Sánchez*

## **ÍNDICE**

<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>2</b>
1.1. Antecedentes .....	4
1.2 Planteamiento del Problema .....	5
1.3 Justificación.....	8
<b>CAPÍTULO II. OBJETIVOS.....</b>	<b>9</b>
2.1 General .....	9
2.2 Específicos.....	9
<b>CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>10</b>
3.1 Marco Conceptual .....	10
3.2 Marco Teórico .....	14
3.2.1 producto turístico:.....	14
3.2.2 Características del producto turístico .....	16
3.2.3 Modelo de diseño de producto turístico.....	16
3.2.4 Métodos y técnicas para clasificar, inventariar y evaluar los recursos turísticos .....	19
3.2.5 Clasificación de los recursos reales y potenciales turísticos.....	20
3.2.6 Modelo de ficha de inventario para atractivos turísticos. ....	23
3.2.7 Jerarquización de los atractivos turísticos .....	26
3.3 Marco Referencial .....	27
3.3.1 Datos Generales .....	27
3.3.2 Turismo en Nicaragua .....	35

<b>CAPITULO IV. Diseño Metodológico .....</b>	<b>36</b>
4.1 Método general. ....	36
4.2 Nivel de la investigación .....	36
4.3 Diseño de investigación.....	37
4.4 Población. ....	37
4.4.1 Población 1: .....	37
4.4.2 Población 2: .....	37
4.5 Tipo de muestreo utilizado .....	38
4.6 Muestra. ....	39
4.7 Técnicas utilizadas para la recolección de datos. ....	41
4.7.1 Entrevista .....	41
4.7.2 Observación: .....	41
4.7.3 Encuestas: .....	41
4.7.4 Fichas de Recursos turísticos: .....	41
4.7.5 Ficha de Facilitadores Turísticos: .....	42
4.8 Operacionalización de variables .....	43
<b>CAPITULO V. PRESENTACION DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>45</b>
5.1 percepción de la población .....	45
5.2 Percepción de los turistas potenciales.....	49
5.3 Entrevistas .....	55
5.3.1 Entrevista realizada al Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), delegación León (Anexo 2). ....	55
5.3.2 Entrevista realizada a la alcaldía municipal de Achuapa .....	56
5.3.3 Entrevista realizada a líderes comunitarios del municipio de Achuapa.....	57



5.3.4 Entrevistas a empresarios del sector turístico del municipio de Achuapa.....	58
5.4 Inventario de Atractivos Turísticos del municipio de Achuapa, departamento de León. ....	59
5.5 Inventario de facilitadores de Achuapa.....	77
5.6 Análisis de los Resultados.....	81
5.7 Propuesta del Producto Turístico .....	86
<b>CAPÍTULO VI. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>92</b>
<b>CAPITULO VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>94</b>
<b>CAPÍTULO VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>96</b>
<b>CAPITULO IX. ANEXOS.....</b>	<b>99</b>

## **I. INTRODUCCIÓN**

El presente estudio, titulado “Diseño de producto turístico como aporte al desarrollo del municipio de Achuapa, del departamento de León”, se desarrolla en el municipio de Achuapa debido a que el principal problema radica en que los habitantes del municipio desaprovechan los recursos turísticos que poseen, y pierden el potencial para desarrollarse en el ámbito del turismo.

Por tanto, la investigación se planteó proponer el diseño de un producto turístico como aporte al municipio de Achuapa, departamento de León.

Ya que el turismo crea ciertas capacidades en los departamentos, municipios y comunidades que les permitan ejercer su derecho de proteger y aprovechar sus recursos naturales, su cultura y todo lo que en él se encuentra y no ha sido aprovechado de manera sostenible, el turismo se encarga de no solo mejorar la calidad de vida de cada una de las personas pertenecientes del lugar, sino de brindar educación de cómo se debe aprovechar cada recurso para no dañarlo, siendo así nuestra función principal brindar el conocimiento adecuado a cada una de las personas que estarán en los lugares turísticos.

Achuapa departamento de León, cuenta con diversos recursos que pueden perder su autenticidad, deteriorarse, o acabar con dicho recurso, no hay estrategias de desarrollo turístico que se enfoquen en la auto sostenibilidad de cada una de las comunidades.

Al explicar mejor el tema, el deber es que el lector pueda comprender cada una de las palabras que se mencionan, es por eso que planteamos el Marco

teórico, así el lector tendrá un mejor conocimiento acerca de los términos que no comprenda.

El desarrollo metodológico se llevó a cabo a partir de la definición de métodos, nivel del mismo sin olvidar que la fuente primaria de esta investigación fueron los pobladores del municipio de Achuapa aportando su ayuda a través de las encuestas, cabe mencionar que los líderes comunitarios y entidades del sector público fueron de mucha ayuda en esta investigación, facilitando información para llevar a cabo este producto turístico, así mismo se utilizaron fuentes bibliográficas, y electrónicas como fuentes secundarias.

La presentación de resultados se hizo mediante de gráficas las que contenían características que poseen los pobladores de la comunidad, así como la percepción de un producto turístico realizado en la zona, también se plasma todas las características del turista potencial. Estas graficas reflejan el contenido de los instrumentos aplicados mediante una encuesta. Como resultado de otros instrumentos como la observación y fichas de bibliografías revisadas, se elaboraron fichas de recursos turísticos al igual que fichas de prestadores turísticos. Consolidando toda esta información se presenta un análisis de resultado enlazando todas estas características.

Con todo lo mencionado resultó, la elaboración de un producto turístico estructurado de acuerdo al perfil del turista potencial, este producto es de naturaleza con una duración de tres días y dos noches, con un itinerario que recorre en su mayoría lo que el municipio de Achuapa ofrece, incluye las necesidades del turista como hospedaje, alimentación y transporte.

El nombre del producto es Aventúrate en Achuapa.

## **1.1. ANTECEDENTES**

Según INTUR, el municipio de León es el principal destino turístico por excelencia de Nicaragua, sin embargo hay algunos municipios que también cuentan con potencial turístico, pero ha sido poco el aprovechamiento que se le ha dado, no obstante se han dado casos como la comunidad El Lagartillo, municipio de Achuapa el cual fue uno de los lugares que se destacaron en su potencial turístico el cual posee diversos recursos que son muy llamativos y fueron los primeros en promover el turismo y dar a conocer el municipio como destino turístico, ya que desde el año 1999 a través del apoyo y financiamiento de una organización no gubernamental de nombre La Rinconada los habitantes de esta comunidad implementaron métodos para atraer a los turistas ofreciéndoles diferentes actividades tales como escuelas de español, teatro y música.

Otro documento esencial para el desarrollo de esta investigación fue, un inventario de recursos turísticos del municipio de Achuapa elaborado en el año 2013 por estudiantes de V año de la carrera, Turismo sostenible, de la facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM, Estelí.

Existe un estudio a nivel nacional del año 2017, relacionado al tema, titulado, Marketing Turístico, Diseño de producto turístico elaborado por las autoras: Lic. Leddy Judith Padilla Moran y Bra. Ayleen Ludiz Méndez Vallecillo. Managua, Nicaragua enero de 2017. El trabajo investigativo contiene las características que debe llevar un producto turístico e importantes conceptos para el diseño del mismo.

En el municipio de Achuapa departamento de León, se encontró un estudio titulado **Estrategias para el Desarrollo del Turismo Rural y Comunitario desde la Cooperativa Multisectorial Juan Francisco Paz Silva, del municipio de Achuapa**, elaborado por las Br. Julia Xilonen Irías Castro, Br. Dinora del Carmen Flores Talavera, Br. Christiam Ivonne Talavera Roque, no obstante este estudio no lleva la misma línea de investigación que se pretende pero fundamentan la temática del diseño de un producto turístico en la zona, por ende el Diseño de un Productos Turístico para el Desarrollo, es el primer estudio que se realizará en el municipio de Achuapa departamento de León.

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 SITUACIÓN ACTUAL Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.**

El municipio de Achuapa cuenta con potencial para el desarrollo turístico, y posee diferentes potenciales turísticos tanto naturales como culturales y facilitadores como hostales, restaurantes, centros recreativos que complementan las necesidades básicas del turista a la hora de visitar un destino.

Tomando en cuenta tanto lo anterior como el flujo de turistas que llegan al Santuario del Señor de Esquipulas en el municipio vecino de El Sauce, existe un potencial turístico. A pesar de esto no se desarrolla porque no cuenta con un producto turístico estructurado para satisfacer la demanda de los visitantes que llegan al país, de forma que el municipio se posicione y adquiera reconocimiento turístico. Esto lleva a preguntarse: **¿Cuenta el municipio de Achuapa con el potencial suficiente para el diseño de un producto**

## **turístico estructurado que permita satisfacer la demanda de los turistas potenciales?**

Hay una variedad de atractivos turísticos potenciales en el municipio, tanto naturales como culturales, que no están debidamente clasificados para dar continuidad a su desarrollo y su tratamiento adecuado. Por tal razón, es necesario identificar y clasificar los recursos naturales y culturales con potencial turístico del municipio de Achuapa.

Una problemática asociada a ello es el hecho, de que no hay un producto turístico como tal, limitando el desarrollo turístico de ese territorio. A su vez la población local no está obteniendo ingresos adicionales por la práctica de actividades turísticas, dado que no hay una oferta elaborada y, por lo tanto, las tour operadoras nacionales no incluyen en sus paquetes al municipio de Achuapa, por no contar con un producto turístico atractivo. De esta forma surge la siguiente pregunta: **¿Qué tipo de producto turístico se puede proponer para el desarrollo turístico del municipio de Achuapa?**

Mediante lo expuesto anteriormente, se ve la necesidad de diseñar un producto turístico que contenga actividades de interés para el visitante, y que cubra además las necesidades y expectativas del turista que llegue a Achuapa, a través del aprovechamiento de la zona rural y urbana del municipio. Asimismo, cada producto debe estar respaldado por la oferta de servicios de calidad a los visitantes, asegurando así el retorno de los turistas.

## **1.2.2 DELIMITACIÓN: TEMPORAL, TERRITORIAL Y TEÓRICA.**

**Período:** agosto 2019 a marzo 2020.

**Lugar:** Municipio de Achuapa, departamento de León, Nicaragua.

**Teoría:** Modelo Mincetur, Perú.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

A nivel nacional, regional y local el turismo es visto como una de las alternativas más convenientes para el desarrollo socioeconómico; por tal razón se lleva a cabo esta investigación, la que consiste en diseñar un producto turístico para el municipio de Achuapa, con el fin de diversificar las actividades económicas, más allá de la agricultura y ganadería, e incidir en el mejoramiento de las condiciones sociales, políticas, culturales de la región, esta industria de turismo permite la interacción plena de las personas que desean participar.

El objetivo de esta investigación está enfocado, principalmente en el diseño de un producto turístico ya que el municipio de Achuapa cuenta con potencial turístico gracias a su diversidad de atractivos, tanto naturales como culturales. Esta investigación es de gran utilidad para el desarrollo del municipio, ya que el turismo tiene una gran relevancia social que traerá beneficios positivos, como el hecho de generar empleo tanto en el casco urbano como en las comunidades a raíz que tendrán que ejercer el derecho de proteger y aprovechar sus recursos naturales y culturales para mejorar la calidad de vida de los pobladores, es por eso que al municipio le conviene ser visitado por turista nacionales y extranjeros que buscan ambientes naturales o campestres para realizar las actividades que este les proporcione.

Esta investigación servirá como herramienta de apoyo a futuras investigaciones, y proporcionará datos para el planteamiento y desarrollo de proyectos futuros.



## **CAPÍTULO II. OBJETIVOS**

### **2.1 GENERAL**

- Diseñar producto turístico para el desarrollo del municipio de Achuapa a fin de diversificar la oferta en la zona.

### **2.2 ESPECÍFICOS**

- Actualizar inventario de los recursos naturales y culturales con potencial turístico del municipio de Achuapa para utilizarlos como materia prima en el diseño del producto turístico.
- Identificar la opinión o la percepción de la población, líderes comunitarios e instituciones públicas respecto al diseño de producto turístico en el municipio de Achuapa para el desarrollo socio-económico de la zona.
- Determinar la percepción de los turistas potenciales respecto al diseño de producto turístico en el municipio de Achuapa, para conocer la demanda potencial del producto.
- Describir el perfil de los turistas potenciales que visitarían y consumirían el producto turístico del municipio de Achuapa.

### **CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO**

El marco teórico, define los conceptos básicos usados junto con la argumentación y a las respuestas posibles frente al problema, se plantea aquí tres acápites: marco conceptual, marco teórico y marco referencial.

#### **3.1 MARCO CONCEPTUAL**

Este punto está elaborado para definir y explicar algunos conceptos que se encuentran en el planteamiento del problema.

**Atractivo Turístico:** Valores propios existentes natural, cultural o de sitios, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptibles a ser dispuestos y/o acondicionadas específicamente para su adquisición. (OMT, 2002).

**Demanda potencial:** Es aquella demanda turística reprimida que tarde o temprano viajara, pero que no puede hacerlo inmediatamente, por factores propios que lo impiden. (Panosso, A., Lohman, G.2012).

**Demanda real:** Turistas que realmente están viajando, fácilmente medible y comprende las estadísticas sobre el turismo. (Panosso, A., Lohman, G.2012).

**Demanda Turística:** Conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, se define como la cantidad “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir a un momento dado y un precio determinado. (OMT, 2016).

**Destinos Turísticos:** Espacio físico en el que una visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo,

atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado (OMT, 2002).

**Elementos facilitadores:** Consiste en las condiciones que les permite a los turistas consumir los productos turísticos en condiciones adecuadas Transporte, servicio de alimentación, alojamiento y servicios públicos. (Bolaños, 2010).

**Elementos incentivos:** Son los atractivos y el que procede a elaborar un desplazamiento de las actividades programadas. (Bolaños, 2010).

**Oferta Turística:** Conjunto de bienes y servicios de recursos e infraestructuras ordenados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. (OMT,1994).

**Paquete Turístico:** Un producto ofrecido al consumidor, que incluye al menos dos elementos de viaje, cargados en el precio final. Estos elementos pueden ser de transporte, el hospedaje, los alimentos y/o visitas de ciudad, entre otros. Lo más común es que exista un precio y duración del viaje predeterminados con características únicas. (Panosso, A., Lohman, G.2012).

**Patrimonio:** Es un legado de monumentos y sitios de un gran riqueza natural y cultural que pertenece a toda la humanidad. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura UNESCO, (2017). Recuperado de [www.unesco.org/new/es/santiago/culture/cultural-heritage/](http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/cultural-heritage/).

**Producto Turístico:** Conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores. (OMT,1998).

**Producto turístico estructurado:** Converge los sistemas turísticos como: recursos turísticos, infraestructura pública y turística, así como servicios. Se obtienen productos turísticos cuando, en base a esta oferta turística que tenemos, estructuramos paquetes turísticos en los cuales debemos definir con exactitud, identificación de recursos turísticos a utilizar, diseño de rutas o circuitos específicos, definición de actividades, definir y proveer la infraestructura y servicios de hospedaje, alimentación y guías, determinar el perfil del personal. Para terminar de estructurar un producto turístico debemos ponerle un precio pues su destino es el mercado. (Debreczeni Etelka, CANOTUR 2003)

**Recurso turístico:** Elementos que con potencial turístico que aún no cuenta con las adecuaciones necesarias para atender visitantes. (OMT, 2002).

**Servicio Turístico:** Los servicios turísticos se describen como el resultado de las funciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente por el sujeto receptor para satisfacer al turista, y hacer uso óptimo de las facilidades o industrias turísticas y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos. (OEA,1980).

**Turismo:** comprende las a las Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros. Organización Mundial del Turismo (OMT, 2001).

**Turismo emisor:** Son las actividades que realizan los residentes de un país en otros territorios económicos, como el caso de los residentes en Nicaragua

que viajan al exterior INTUR (2016). Estadística de turismo. Recuperado de <https://www.intur.gob.ni>

**Turismo Interno:** Son las actividades que realizan los visitantes residentes dentro del territorio económico del país de referencia. INTUR, (2016). Estadística de Turismo. recuperado de <https://www.intur.gob.ni>

**Turismo de Naturaleza:** forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales. (OMT, 2002.)

**Turismo Receptor:** Engloba las actividades realizada por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor. (OMT,2007)

**Turismo Rural:** El turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural y de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza. Además, se constituye como una actividad productiva alternativa que permite mantener una fuente de ingresos complementarios a lo tradicional del mundo rural. (OMT, 1999).

**Turista:** Se define por “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo e inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remuneradas en el

lugar visitado”. (INTUR ,2016). Estadística de turismo. Recuperado de <https://www.intur.gob.ni>

**Visitante:** Es toda persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal. (INTUR, 2016). Estadística de turismo. Recuperado de <https://www.intur.gob.ni>

### **3.2 MARCO TEÓRICO**

Hernández., Sampieri (2008) señala que un Marco Teórico es “un compendio escrito de artículos, libros y otros documentos que describen el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio. Nos ayuda a documentar cómo nuestra investigación agrega valor a la literatura existente”.

En este acápite de la presente investigación, se brinda de manera general conceptos teóricos fundamentales del sector turístico especialmente lo relacionado con turismo, que conlleve a un análisis de planificación y asimismo permita identificar los principales temas de discusión de los resultados del estudio.

#### **3.2.1 PRODUCTO TURÍSTICO:**

Según la Organización Mundial del Turismo, el diseño de un producto turístico está basado en conceptos como patrimonio, recursos y destino. El patrimonio turístico es el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del viajero (por ejemplo, una playa, una montaña, etc.). El recurso turístico son los bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda

(infraestructuras de acceso a la playa, señalización de un parque natural en una montaña).

El destino es un espacio físico que incluye productos turísticos, atracciones e industria soporte, así como recursos turísticos.

Los productos turísticos se componen de unos servicios básicos (alojamiento y alimentación) y unos servicios complementarios, que aportan carácter y calidad. Además, los productos de turismo necesitan un buen estado de conservación de los recursos naturales, alojamientos integrados en el entorno, comercios donde encontrar artesanía y productos de la tierra, restauración basada en la gastronomía local, servicios de actividades complementarias y una adecuada señalización.

El medio físico-natural proporciona el soporte territorial para el desarrollo de actividades y al mismo tiempo recibe por ello un impacto. A la hora de proponer nuevas actividades hay que tener en cuenta la capacidad de acogida del medio, con el fin de no sobrecargar a ningún caso.

Los recursos turísticos son la materia prima a la que se han de añadir los servicios. Estos servicios pueden ser básicos, como el alojamiento o la restauración, o complementarios, que son los que rodean a los servicios básicos y les aportan carácter y calidad. Además de los servicios hay que añadir las actividades complementarias, para después establecer la estrategia de comercialización.

Por tanto, el producto turístico se compone de: recursos turísticos más servicios de todo tipo (equipamiento, alojamiento, empresas de actividades de ocio y otros servicios como la restauración). OMT

### **3.2.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

Los productos turísticos a diferencia de los productos de otras industrias presentan las características diferentes que se tienen que tomar en cuenta a la hora de comercializarlos, las cuales son:

- El servicio turístico es intangible.
- La experiencia turística no se puede transferir.
- El servicio no puede probarse, por tanto, tiende a tener clientes insatisfechos.
- El producto que no es vendido, se pierde.
- El cliente es quien acude a la compra.
- El contacto con el cliente, en su mayoría suele ser directo.
- El cliente participa en la producción.

Dadas estas características tiende a crear desconfianza al consumidor, es por ello que se requiere de profesionales para la creación de productos y brindar información exhaustiva de lo que incluirá dicho producto, debido a que el consumidor no podrá devolver una experiencia ya consumida.

### **3.2.3 MODELO DE DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO**

Existen algunos estudios relacionados al diseño de productos turísticos, tal es el caso presentado por Esther Machado, de la Universidad Central Martha Abreu de Las Villas (2007), titulado "*Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba*". Investigación enfocada básicamente a brindar herramientas que permitan hacer un estudio de



diseño de productos turísticos. Presentando como producto una Ruta Guerrillera.

Así como otras investigaciones presentadas en Nicaragua como es Diseño de producto turístico elaborado las autoras: Lic. Leddy Judith Padilla Moran y Bra. Ayleen Ludiz Méndez Vallecillo. Managua, Nicaragua enero de 2017. El trabajo investigativo contiene las características que debe llevar un producto turístico e importantes conceptos para el diseño del mismo.

Otra investigación ya referente al departamento de estudio presentado por MSc. Idania Bolaños, de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (2010). El modelo propuesto es el siguiente:

1. **Tipo de producto turístico.** Definirá el tipo de producto a ofertar, lo que estará muy relacionado al segmento al que se ofertará. Por ejemplo, si será de aventura, científico, entre otros.
2. **Segmento al que está dirigido el producto.** Persona o grupos de personas con características similares que serán los consumidores finales del producto.
3. **Nombre del producto propuesto.** Esto será de gran utilidad para diferenciarlo de otros productos, básicamente desde el punto de vista de su comercialización.
4. **Objetivo del producto.** Facilitará tener claro el propósito de la creación de determinado producto.

5. **Equipamiento necesario.** Deberá plantear el equipamiento que será necesario, o incluso, indispensable para la realización de las actividades planteadas en el producto.
6. **Descripción del producto.** Aquí se incluirán todos los detalles del producto, tales como: el destino, la duración, las actividades a realizar, entre otros.
7. **Servicios incluidos en el producto.** Con el fin de evitar ambigüedades sobre qué está o no incluido en el producto turístico, se plasmará claramente lo que está adquiriendo el turista, para procurar así evitar insatisfacciones futuras.
8. **Costo final total del producto.** Plantea el costo monetario al que será ofertado el producto en el mercado, partiendo del análisis de sus costes fijos y costes variables.

Para crear productos turísticos es necesario tener en claro, primeramente, qué elementos conforman el producto turístico, su tipología, las necesidades de los turistas hacia esos productos, su estructuración y las partes que lo conforman, pero, además, será necesario tener presente el tipo de turismo en el que se desenvolverá el producto turístico, para poder así ir delimitando los aspectos que lo harán comercializable.

Agregándole a esta teoría, se considera además la jerarquización de los atractivos turísticos, esto para darle mayor productividad y que el producto a diseñar lo integre.

Este estudio propone diseñar producto turístico como aporte al desarrollo del municipio de Achuapa del departamento de León, pero para comprender qué tipo de producto es necesario clasificar los atractivos que lo va comprender.

El modelo que se utilizó en este estudio está basado en el modelo propuesto por Mincetur en el Manual para la planificación de atractivos Turísticos, Perú. Ver anexo 1.

### **3.2.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS PARA CLASIFICAR, INVENTARIAR Y EVALUAR LOS RECURSOS TURÍSTICOS**

De acuerdo con Cárdenas, debe partirse de un diagnóstico, el cual quedaría incompleto si no se analizan sistemáticamente las cuatro partes que integran el patrimonio turístico planteados por Boullon, porque la carencia o deficiencia de cualquiera de ellas afectaría al resto:

Atractivos turísticos

Planta turística

Infraestructura

Superestructura turística

En este caso se partió de la relación de dichos componentes, pero con la reconsideración de los atractivos turísticos como recursos reales y potenciales turísticos como se ha explicado anteriormente. A partir de ellos se categorizan dos grupos de estudio en función de su interés y valoración turística:

Los recursos territoriales turísticos básicos (reales y potenciales): son aquellos que dependen fundamentalmente, de la existencia de recursos naturales y culturales, así como de actividades recreativas suficientemente interesantes que tienen capacidad propia para atraer la visita de turistas nacionales y/o extranjeros a un lugar determinado.

**Los recursos territoriales turísticos complementarios:** son aquellos que constituyen el soporte y servicios que facilitan el aprovechamiento de los recursos básicos y pueden caracterizarse por la planta turística, que incluye todos los establecimientos administrados por el sector público o privado, que se dedican a prestar servicios turísticos; la infraestructura es considerada como un facilitador que permite a los viajeros disfrutar plenamente de los recursos y actividades turísticas y por último la superestructura comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, de la comunidad local encargados de optimizar y cambiar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema turístico.

Así pues, es fundamental establecer esas categorizaciones como paso previo para clasificar, inventariar y evaluar los recursos turísticos para el caso de estudio Diseño de un producto turístico como aporte al desarrollo del municipio de Achuapa del departamento de León.

### **3.2.5 CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS REALES Y POTENCIALES TURÍSTICOS:**

Existen varias posibilidades de clasificación de los recursos turísticos, ya que son múltiples los criterios de agrupamiento o categorización. Gómez y

Palomeque, proponen clasificarlos según su naturaleza y funcionalidad, considerando al recurso como soporte de una actividad.

Crterios	Autoría	Clasificación de recursos turísticos
Naturaleza del recurso	P. Defert (1976;1982)	-Hidromo -Phitomo -Litomo -Antropomo -Mnémome
	OEA (1978) (Organización de Estados Americanos)	-Sitios naturales -Museos y manifestaciones culturales históricas -Folklore -Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas -Acontecimientos programado
	Fernades Fuster (1985)	-Naturales -Socioculturales -Económicos
	Bull (1994)	-Recursos libres -Recursos escasos
Funcionalidad del recursos	Coma Pellegrini (1973)	-Recursos originales -Recursos complementarios
	Birkart y Medlik (1986)	-Recursos propios -Recursos orientados al usuario
	Gunn (1988)	-Tourist attractions -Destination atractions
	Leno Cerro (1989;1992)	-Recursos básicos -Recursos complementarios

Fuente: Gómez Martín (2001)

**Tabla 1.** Clasificación de recursos turísticos

Dentro de esas clasificaciones de los recursos turísticos se destaca la propuesta de la Organización de Estados Americanos (OEA), aplicada de modo generalizado en la planificación turística del área iberoamericana, que permite la clasificación y, lo más importante, la jerarquización de los recursos turísticos.

Este método parte, como todos los demás, de una recopilación sistemática de los datos sobre los atractivos turísticos del área objeto de planificación,

ordenados según un sistema de clasificación que establece la existencia de cinco grandes categorías (subdivididas a su vez en tipos y subtipos).

Estas cinco grandes categorías son:

1. Sitios naturales: engloba los diferentes lugares del área considerada sobre la base de su interés paisajístico, excluyendo cualquier otro criterio.
  2. Museos y manifestaciones culturales históricas: recoge todo el conjunto de recursos de naturaleza cultural que tienen un valor artístico, histórico o monumental.
  3. Folklore: comprende todas aquellas manifestaciones relacionadas con el acervo cultural, las costumbres y tradiciones de la población residente en el ámbito de aplicación del inventario.
  4. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas: abarca solamente aquellos elementos que por su singularidad tienen interés turístico y un carácter más actual que histórico.
  5. Acontecimientos programados: comprende todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que pueden atraer turistas, ya sea como espectadores o participando activamente en dicho acontecimiento.
- Recuperado de Camara, Charles Jean, & Morcate Labrada, Flora de los Ángeles. (2014).

### **3.2.6 MODELO DE FICHA DE INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS.**

Para analizar el recurso turístico existente en el municipio de Achuapa se utilizó el modelo de la Organización Mundial del Turismo que se utilizó en el estudio de “Estrategias para el desarrollo del Turismo Rural y Comunitario desde la Cooperativa Multisectorial Juan Francisco Paz Silva, del municipio de Achuapa”, este será adaptado a la investigación.

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre				
Clasificación				
Categoría				
Tipo				
Sub -Tipo				
Jerarquía				
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Clima				
Facilidades para el turista				
Seguridad				
Horarios de Atención				
Señalización Turística				
Equipamiento y Servicio				
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo

## **Inventario de los recursos facilitadores y proveedores de servicios turísticos.**

Existe también cierta ambigüedad para inventariar esos recursos. Debido a los alcances del presente trabajo, no será necesario inventariarlos, pues la valoración que se pretende alcanzar es cualitativa. Su evaluación, por consiguiente, se efectuará a partir de los diversos componentes, adoptados de la clasificación planteada anteriormente.

Se concluye entonces, que los métodos de clasificación e inventario de los recursos analizados anteriormente, constituyen los primeros pasos en el análisis del potencial turístico la zona, facilitando la identificación de aquellos elementos o actividades que tienen un cierto poder actual o potencial para atraer la demanda turística.



## Fichas de inventario para recursos facilitadores.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	
N°	
Actividad nombre	
Ubicación	
Región:	
Provincia:	
Distrito	
Datos de interés sobre la actividad	
Persona o empresa que ofrece el servicio:	Empresa:
	Contacto:
Dirección y referencias:	
Teléfono de contacto:	
Email / Sitio web	
Costo:	
Duración:	
Horarios:	
Características del servicio:	

Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos.

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	
N.º	
Nombre:	
Representante legal:	
Dirección y referencias:	
Teléfono de contacto:	
N.º de camas:	
N.º de plazas:	
Clase:	
Categoría:	
Servicios complementarios:	
Costo promedio:	
Demanda concurrente	Público extranjero:
	Público nacional:
Necesidades identificadas:	

Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos.

## **Métodos y técnicas de valoración de los recursos territoriales turísticos**

El conocimiento de la clasificación e inventario de los recursos existentes, a pesar de ser una condición necesaria, no es suficiente para conocer sus potenciales reales, como tampoco el valor real del potencial turístico de un área se mide únicamente por el número de atractivos que reúne, sino por la calidad de estos. Por tanto, una vez clasificados los recursos identificados e inventariados en categorías, tipos y subtipos, el siguiente paso que propone la metodología de la investigación es conocer cómo evaluar dichos recursos.

### **3.2.7 JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

Dado a los atractivos turísticos existente, según Cárdenas Tabares atendiendo a las cualidades sobresalientes a los recursos, este puede ser valorado por su relevancia, en lo que propone la siguiente ficha:

<b>JERARQUIZACIÓN de RECURSOS TURÍSTICOS basado en CICATUR-OEA<sup>4</sup></b> (Cárdenas Tabares, 1991: 47)	
Jerarquía 5	«Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país, o de algún mercado específico». Equivalente a recurso único en el mundo.
Jerarquía 4	«Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos». Equivalente a recurso único en el país.
Jerarquía 3	«Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas; o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales)». Equivalente a recurso único en una jurisdicción subnacional.
Jerarquía 2	«Atractivos con méritos suficientes como para ser considerados importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico». Equivalente a recurso único en una localidad.
Jerarquía 1	«Atractivos sin méritos suficientes como para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico». Equivalente a recurso complementario.
Jerarquía 0	«Atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización». Equivalente a recurso sin características relevantes (no es un recurso turístico).

### **3.3 MARCO REFERENCIAL**

#### **3.3.1 DATOS GENERALES**

Achuapa es un municipio del departamento de León, antiguamente llamado San José de Achuapa. Fue creado el 15 de marzo de 1870, cuenta con una población de 13,797 habitantes y una extensión de 416 km, cuenta con 20 comarcas y 44 comunidades.

Asimismo, el municipio de Achuapa está localizado al norte del departamento de León, en las denominadas tierras altas del interior, generalmente es montañoso y en el noreste se encuentra lo que se conoce

como la cordillera de Horno Grande con elevaciones entre los 900 y 1,350 metros.

Las pendientes predominantes están entre el 30 y el 45%, lo cual le da fuerte potencial agroforestal.

El municipio tiene un clima seco subtropical y los ecosistemas que se observan son: pinares, ubicados en las partes más altas y dominados por la especie *pinus oocarpa*. Bosque transicional seco, en las partes medias y bajas, en donde parte de las especies botan las hojas durante el verano. Muchas de las áreas ganaderas que están en desuso o en descanso desarrollan este ecosistema, aunque falta de especies maderables u otras que ya no se encuentran en la zona.

El ecosistema acuático y bosque de galería está representado por el río El Coyolar y Río Chiquito, los bosques aledaños tienen especies características de bosques Seco, pero por lo general más desarrollados y algunas no pierden completamente sus hojas durante el verano.

A continuación, se presentan fichas de Recursos Naturales, inventariados en el estudio **Estrategias para el Desarrollo del Turismo Rural y Comunitario desde la Cooperativa Multisectorial Juan Francisco Paz Silva, del municipio de Achuapa**, elaborado por las Br. Julia Xilonen Irías Castro, Br. Dinora del Carmen Flores Talavera, Br. Christiam Ivonne Talavera Roque.

Ficha de recursos turísticos inventariados en el municipio de Achuapa.


FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Cerro La Lapa			
Clasificación	Recurso Natural.			
Categoría	Natural			
Tipo	Montaña			
Sub -Tipo	Mirador			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Ubicado en la zona Alta de Achuapa, a 10 km del municipio, el visitante se puede deleitar con una de las mejores vistas hacia la Cordillera de los Maribios.				
Clima	Tropical seco latifoliado,			
Facilidades para el turista	Se puede acceder en transporte colectivo			
Seguridad	No hay seguridad			
Horarios de Atención	No existe.			
Señalización Turística	No existe señalización			
Equipamiento y Servicio	No existe			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	10km	45 minutos

FICHAS DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Salto Los Morenos			
Clasificación	Recurso Natural.			
Categoría	Natural			
Tipo	Salto			
Sub - Tipo	Cascada			
Jerarquía	1			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
<p>Para disfrutar de las ricas aguas de Achuapa, el turista podrá visitar el Salto los Morenos, de 4 metros de Altura, ubicado en la Comunidad de San Nicolás.</p>				
Clima	Tropical Seco Latifoliado			
Seguridad	No hay seguridad			
Horarios de Atención	No existe			
Señalización Turística	No existe señalización			
Equipamiento y Servicio	No existe			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	15 km	1.20 minutos

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
<b>Nombre</b>	Salto Las Lajas			
<b>Clasificación</b>	Recurso Natural.			
<b>Categoría</b>	Natural			
<b>Tipo</b>	Salto			
<b>Sub - Tipo</b>	Cascada			
<b>Jerarquía</b>	1			
DESCRIPCIÓN DEL RECURSO				
Ideal para tener una tarde en familia y darse un chapuzón en sus frescas aguas. Ubicado en la comunidad Las Lajas.				
<b>Clima</b>	Tropical Seco Latifoliado			
<b>Seguridad</b>	No hay seguridad			
<b>Horarios de Atención</b>	No existe			
<b>Señalización Turística</b>	No existe señalización			
<b>Equipamiento y Servicio</b>	No existe			
<b>Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores</b>	<b>Nombre</b>	<b>Vía</b>	<b>Distancia</b>	<b>Tiempo</b>
	Achuapa	Macadam		

FICHAS DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
<b>Nombre</b>	Cascada Sabana de la Villa			
<b>Clasificación</b>	Recurso Natural.			
<b>Categoría</b>	Natural			
<b>Tipo</b>	Cascada			
<b>Sub - Tipo</b>	Salto			
<b>Jerarquía</b>	1			
DESCRIPCIÓN DEL RECURSO				
Dentro del municipio de Achuapa, podemos encontrar la majestuosa y diferenciada Cascada Sabana de la Villa, caracterizada por ser una aventura total, debido a que su acceso es sobre roca.				
<b>Clima</b>	Tropical seco			
<b>Seguridad</b>	No hay seguridad			
<b>Horarios de Atención</b>	No existe			
<b>Señalización Turística</b>	No existe			
<b>Equipamiento y Servicio</b>	No existe			
<b>Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores</b>	<b>Nombre</b>	<b>Vía</b>	<b>Distancia</b>	<b>Tiempo</b>
	Achuapa	Macadam	5km	30 minutos



FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Cerro El Ojochal			
Clasificación	Recurso Natural.			
Categoría	Natural			
Tipo	Montaña			
Sub -Tipo	Mirador			
Jerarquía	1			
DESCRIPCIÓN DEL RECURSO				
<p>Ubicado a 3 km del municipio de Achuapa y a 1,100 msnm. Durante el recorrido puede observar piedras gigantes y una variada flora y fauna. Al llegar a la cima, se deleitará con una espectacular vista hacia la Cordillera de los Maribios.</p>				
Clima	Tropical seco latifoliado,			
Seguridad	No hay seguridad			
Horarios de Atención	No existe.			
Señalización Turística	No existe señalización			
Equipamiento y Servicio	No existe			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	10 km	1:30 hora

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Finca de Ajonjollicera			
Clasificación	Recurso Natural.			
Categoría	Natural-socioeconómico			
Tipo	Finca			
Sub - Tipo	Senderismo			
Jerarquía	1			
DESCRIPCIÓN DEL RECURSO				
<p>Situada en la comunidad de Matapalo, acá podrá disfrutar de un recorrido por las plantaciones de Ajonjolí, donde se explica el proceso de éste, al igual vivirá la actividad de Apicultura, utilizando el equipamiento necesario para la seguridad de quien realiza esta acción.</p>				
Clima	Tropical seco			
Facilidades para el turista	Se puede acceder en transporte colectivo			
Administración	Propietario Antonio López			
Horarios de Atención	No existe			
Señalización Turística	No existe			
Equipamiento y Servicio	Cuenta con servicio de Agua Potable			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	25 km	3 horas

### **3.3.2 TURISMO EN NICARAGUA**

La tendencia del turismo en la Región Centroamericana es al crecimiento, y Nicaragua no es la excepción, porque la oferta que se brinda responde a la demanda externa que busca lugares donde disfrutar de la belleza paisajística, las bondades del contacto con la naturaleza, la tranquilidad de un espacio abierto, la seguridad del país.

Sin embargo, aunque el turismo en Nicaragua se promueve como un eje estratégico para el desarrollo del país, las condiciones que el Gobierno Central y los Gobiernos Locales deberían facilitar para el desarrollo de una oferta diversificada y de calidad, son aún muy limitadas.

En este ámbito, con la importancia creciente del sector, el turismo rural es una oferta que puede llegar a complementarse con la oferta turística tradicional y a posicionarse como un producto por sí mismo.

Estas iniciativas se están consolidando cada vez más, tanto en cantidad y diversidad de servicios, como en la calidad de los mismos. De hecho, las actividades de senderismo, escalada de volcanes, los tours por los cafetales, ciclismo, cabalgatas y por qué no, el compartir con los habitantes de las comunidades y las familias campesinas, el hospedaje y la alimentación, para así obtener un conocimiento enriquecedor y de contacto directo con las costumbres de los pobladores rurales, son parte de la oferta que se brinda en esta diversidad de iniciativas rurales, muchas de ellas comunitarias (Monge, 2007).

Lo anterior lleva a plantear que en la medida que se involucra a la mayor parte de actores económicos locales en la oferta turística y se vaya creando la

cadena de valor del turismo, con actores locales, con un mejor posicionamiento de los oferentes locales en los eslabones que generen mayores recursos, permitan acceso a información y seguimiento a contactos comerciales, el turismo rural se dinamizará y conllevará al desarrollo local.

Para el desarrollo del turismo, Nicaragua cuenta con un marco jurídico que se sustenta en la constitución de la República de Nicaragua y sus capítulos relacionados a los derechos políticos, sociales, y económicos en correspondencia con las leyes, disposiciones y normativas que especifican los asuntos de la economía nacional que implica la participación de los actores como gestores de su propio desarrollo.

## **CAPITULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **4.1 MÉTODO GENERAL.**

El tipo de método utilizado en esta investigación es deductivo, ya que trata de un encadenamiento lógico de proposiciones para llegar a una conclusión. En este caso, se hace a través de un proceso lógico en el que primero se jerarquizó los recursos turísticos en el municipio de Achuapa según su nivel de importancia, para saber si estaban de acuerdo en lo que es la participación ciudadana y asimismo se aplica encuestas a la demanda potencial de este futuro producto. Esta investigación nos lleva a resolver asuntos como los relativos a la creación de un producto turístico a través de un método científico.

### **4.2 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN**

El nivel de esta investigación es el descriptivo, ya que por medio de este estudio se puede realizar un análisis de cómo es y de qué manera se manifiesta algún fenómeno y los elementos que lo componen, en este caso

se describe la situación actual de los recursos turísticos con los que cuenta el municipio de Achuapa y el proceso de elaboración del producto turístico a partir de estos recursos y de la potencial demanda.

#### **4.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.**

Esta investigación es no experimental de corte transversal, porque se realizó en un tiempo específico, con el propósito de crear un producto que mejore las condiciones de los pobladores del municipio de Achuapa, pero que también lo incluya dentro de la oferta turística del departamento de León y a nivel nacional.

#### **4.4 POBLACIÓN.**

Según Lepkowski (2008) una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

En esta investigación se trabajó con dos tipos de población:

**4.4.1 POBLACIÓN 1:** Habitantes del municipio de Achuapa. En este caso la población son los 13,797 habitantes del municipio de Achuapa. Estas cifras se obtuvieron a través del Censo Nacional de Población (2005) presentado por el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE).

**4.4.2 POBLACIÓN 2:** Promedio de turistas nacionales y extranjeros que llegaron a la ciudad de León durante los últimos 4 años del mes de diciembre.

La población seleccionada en este caso son los 2,127 turistas del promedio que llegaron a la ciudad de León en el mes de diciembre de los últimos 4 años, según datos de la Oficina de Información Turística (OIT).

## 4.5 TIPO DE MUESTREO UTILIZADO

**Muestreo probabilístico:** ya que es una técnica en la cual las muestras fueron obtenidas mediante un proceso que les brinda a todos los individuos de la población la misma oportunidad de ser seleccionados.

Los criterios utilizados para la obtención de cada una de las muestras seleccionadas para cada población son:

**Criterios para muestra 1:** población residente en el municipio de Achuapa del departamento de León, que fueran mayores de edad.

**Criterios para muestra 2:** turistas nacionales que llegaron a la ciudad de León los últimos 4 años en el mes de diciembre, que fueran mayores de edad.

El tipo de muestreo probabilístico utilizado es el **aleatorio simple** basado en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

Donde,

N: el tamaño de la población

k: constante que depende del nivel de confianza. En este caso se asigna un nivel de confianza del 90%, que corresponde con  $k = 1.65$

p: proporción de individuos que poseen la característica de estudio.

$q=1-p$ . Es la proporción de individuos que no posee esta característica.

$e=8\%$ . Es el error muestral deseado.

$n$ = es el tamaño de la muestra que deseamos calcular.

#### **4.6 MUESTRA.**

Según Hernández Sampieri (2006), explica que la muestra es, en esencia un subgrupo de la población, es decir, que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.

#### **Muestra 1: $n = 105$**

**En este caso según la fórmula utilizada,** la muestra obtenida es de 105 personas, los cuales son pobladores del municipio de Achuapa, en el mes de diciembre de 2019

#### **Pobladores:**

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + k^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(0.08)^2 * 0.5 * 0.5 * 13,797}{(0.08)^2 * (13,797 - 1) + (1.65)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{2.7225 * 0.25 * 13,797}{(0.0064) * 13,796 + 2.7225 * 0.25}$$

$$n = \frac{0.680625 * 13,797}{88.2944 + 0.680625}$$

$$n = \frac{9,390.5831}{88.975025}$$

$$n = 105.54$$

$$n = 105$$

## **Muestra 2: n = 101**

En este caso según la fórmula utilizada, la muestra obtenida es de 101 personas, las cuales son turistas que visitaron la ciudad de León.

### **Turistas:**

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{e^2 * (N-1) + k^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.65)^2 * 0.5 * 0.5 * 2,127}{(0.08)^2 * (2,127 - 1) + (1.65)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{2.7225 * 2,127}{(0.0064) * 2,126 + 2.7225 * 0.25}$$

$$n = \frac{0.680625 * 2,127}{13.6064 + 0.680625}$$

$$n = \frac{1447.6894}{14.287025}$$

$$n = 101.32$$

$$n = 101$$



## **4.7 TÉCNICAS UTILIZADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.**

**4.7.1 ENTREVISTA:** aplicadas a dirigentes y pobladores del municipio de Achuapa a fin de obtener información de la historia y aspectos socio-culturales de la municipalidad.

**4.7.2 OBSERVACIÓN:** visita al municipio de Achuapa con el propósito de obtener información directa de los diferentes atractivos que posee el municipio.

**4.7.3 ENCUESTAS:** según Sampieri (2006), la encuesta es el *“conjunto de preguntas respecto de una o más variables que hay que seguir”*.

- **Encuesta 1:** Aplicación de encuesta a pobladores del municipio de la zona rural y urbana para saber si están de acuerdo con el diseño de producto turístico en la zona.
- **Encuesta 2:** Aplicación de encuestas en la ciudad de León, a la muestra de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de León durante el mes de diciembre, para conocer los potenciales turistas que podrían visitar el municipio de Achuapa.

### **4.7.4 FICHAS DE RECURSOS TURÍSTICOS:**

Para la elaboración de esta ficha se analizaron datos obtenidos de la observación directa y de la revisión bibliográfica de trabajos anteriores sobre el municipio, y de las entrevistas a algunos de los líderes comunitarios. Para clasificar los recursos turísticos se visitaron algunas de las comunidades, donde se explicó primeramente a los habitantes el fin de la investigación,

posterior a esto se identifican los recursos con mayor potencial, para el desarrollo turístico. Con el fin de obtener la información necesaria de los recursos turísticos, se requirió de la compañía de comunitarios, quienes facilitaron el recorrido al desempeñar el papel de guía local. De igual manera, se necesitó la ayuda de algunas de las instituciones, como la Alcaldía municipal, empresarios locales y líderes comunitarios.

#### **4.7.5 FICHA DE FACILITADORES TURÍSTICOS:**

Para la elaboración de esta ficha se necesitó la observación directa de los posibles negocios, fue necesario visitar cada uno de ellos para saber los servicios que ofrecen e incluirlos en este estudio.

#### **Limitaciones de la investigación**

1. Distancia y tiempo que hay entre el municipio de Achuapa y la ciudad de León.
2. A la hora de visitar los recursos que posee el municipio se encontró limitación de distancia que hay entre cada uno de estos.
3. La disponibilidad de tiempo para que las empresas atendieran a las investigadoras.
4. Las entrevistas no las atendieron en las fechas propuestas.

## 4.8 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

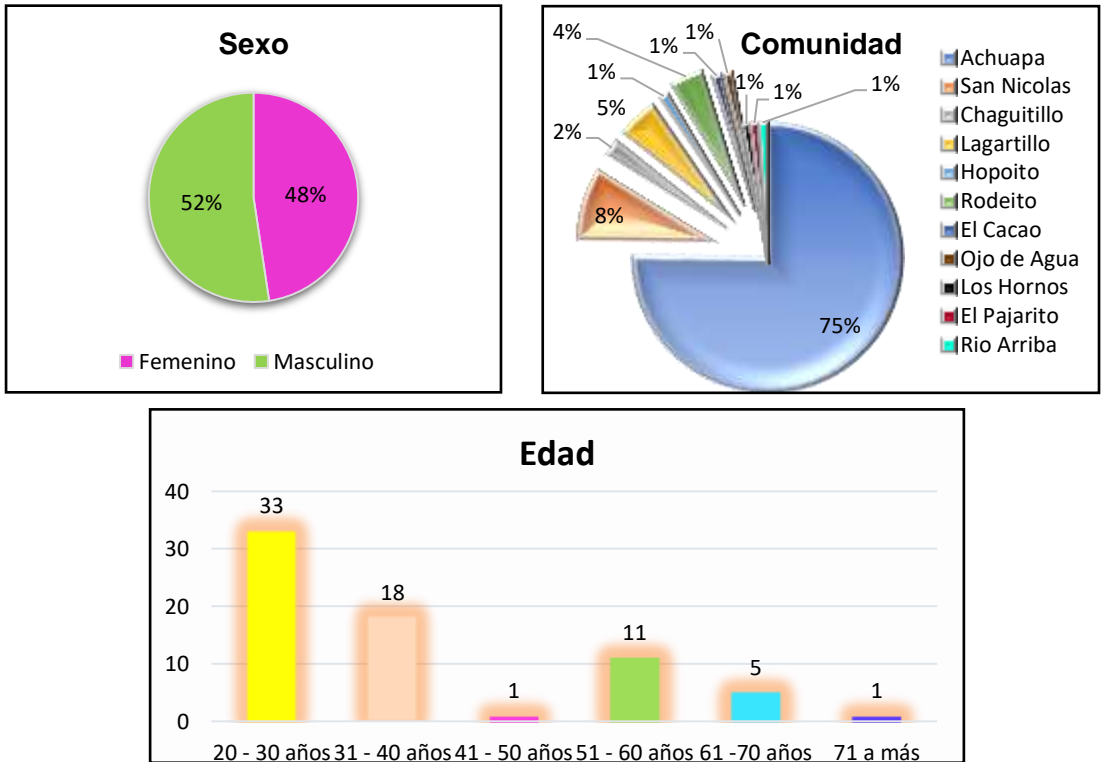
Para identificar los aspectos perceptibles de este tema que hacen posible dar cuenta de la presencia o intensidad de este, será de mucha ayuda una tabla de Operacionalización que agrupa las dimensiones y el indicador de las variables, esta servirá como guía en las preguntas de las encuestas.

Evento	Definición	Sinergias	Indicios	Instrumento
Características socio demográficas	Información que permite conocer a los pobladores de Achuapa y a turistas de la Ciudad de León.	Sexo	Masculino/Femenino	Encuesta y Entrevistas
		Edad	Años cumplidos	
		Procedencia	Comunidad en que habita.	
		Ocupación	En qué trabaja	
		Grado de escolaridad	Universitario/técnico/bachiller/secundaria/primaria.	
Cargo	Puesto que desempeña en la institución.			
Producto Turístico	Conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores	Atractivo Turístico	Natural / Cultural	Ficha de atractivos turístico, inventario de servicios complementario (hoteles, hostales bares,
		Servicio	Alojamiento / alimentos y bebidas / agencias de viajes	
		infraestructura	Carreteras/ edificios	

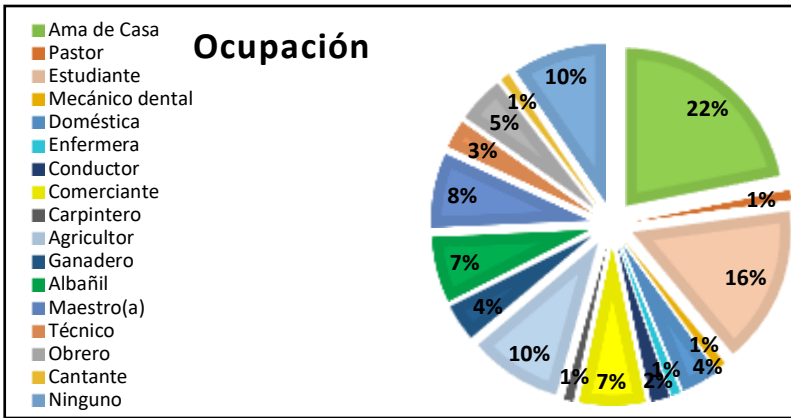
				restaurantes, tour operadoras)
Aporte	Un aporte es algo que se entrega o se realiza con el objetivo de ayudar o de contribuir a una causa.	Aporte a la comunidad	Opinión de la comunidad	Diseño de un Producto turístico
Desarrollo turístico	Turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.	Crecimiento económico	Mejor calidad de vida de los pobladores.	Diseño de un producto Turísticos
		Sostenibilidad ambiental	Buen aprovechamiento de los recursos	

## CAPITULO V. PRESENTACION DE LOS RESULTADOS

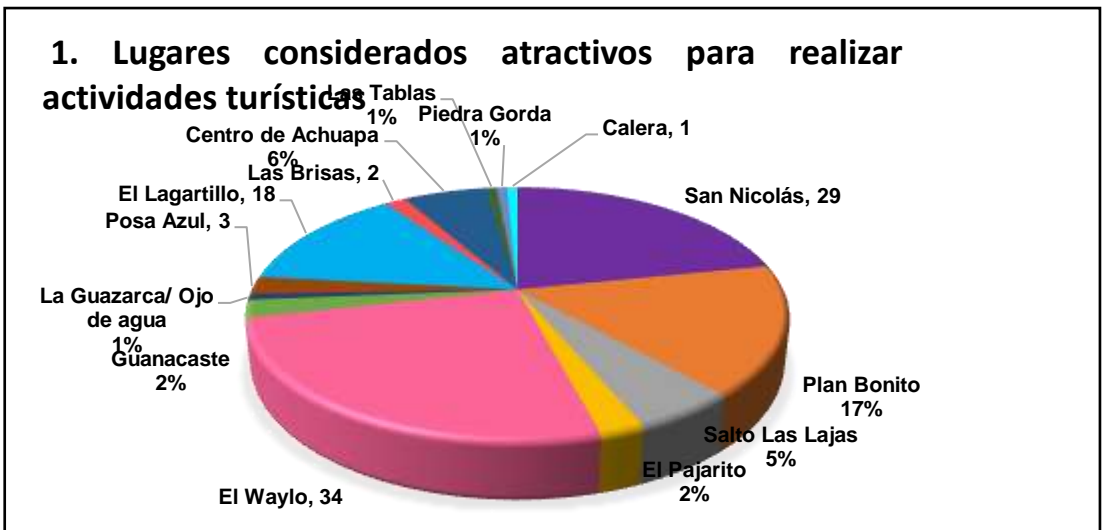
### 5.1 PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN



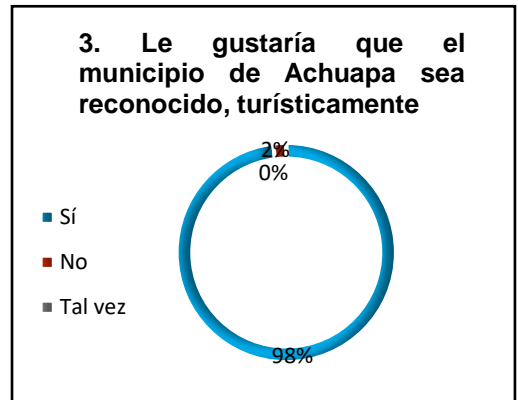
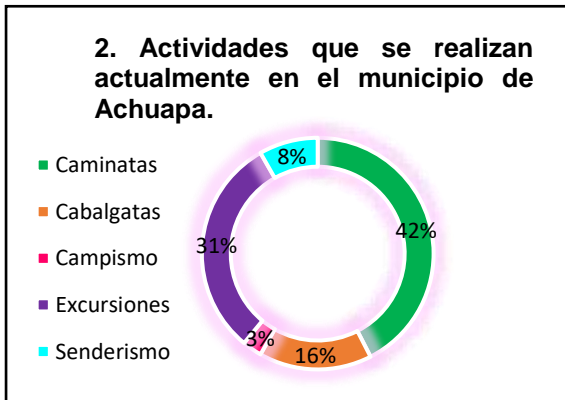
Como se observa en estos gráficos, el 52% de los pobladores encuestados son hombres seguido de las mujeres con un 48%, la mayoría (75%) originarios del casco urbano del municipio de Achuapa seguido con la comunidad de San Nicolas con 8% y Comunidad El Lagartillo con 5%. Con las edades, 49 de los encuestados son jóvenes de 20 a 30 años, seguido de jóvenes adultos (26%) con edades de 31 a 40 años y señores de edades entre 51 a 60 años (18 personas).



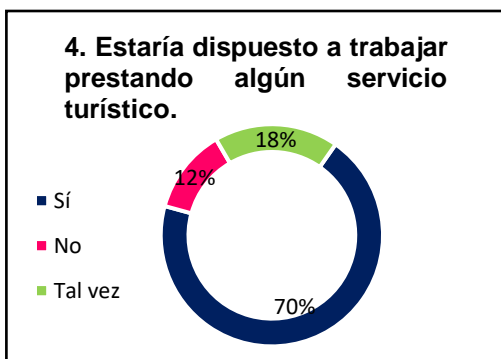
En cuanto a la ocupación la mayoría son amas de casa con 22% seguido de estudiantes con un 16%, doméstica y agricultor ambos con un 10%.



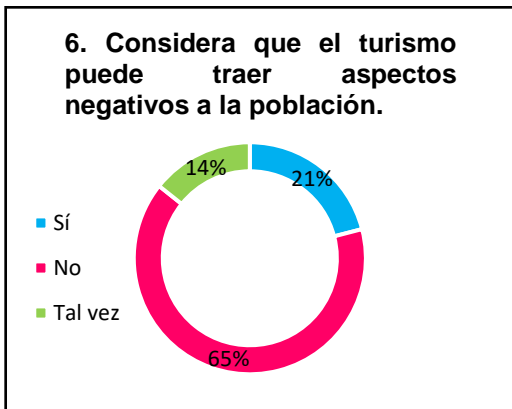
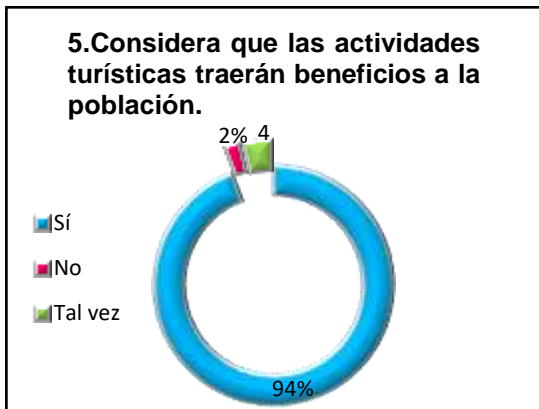
El lugar considerado con mayor atractivo turístico es El Cerro El Waylo con 34%, seguido de San Nicolás con 29%, El Lagartillo con 18% y Plan Bonito con 17%.



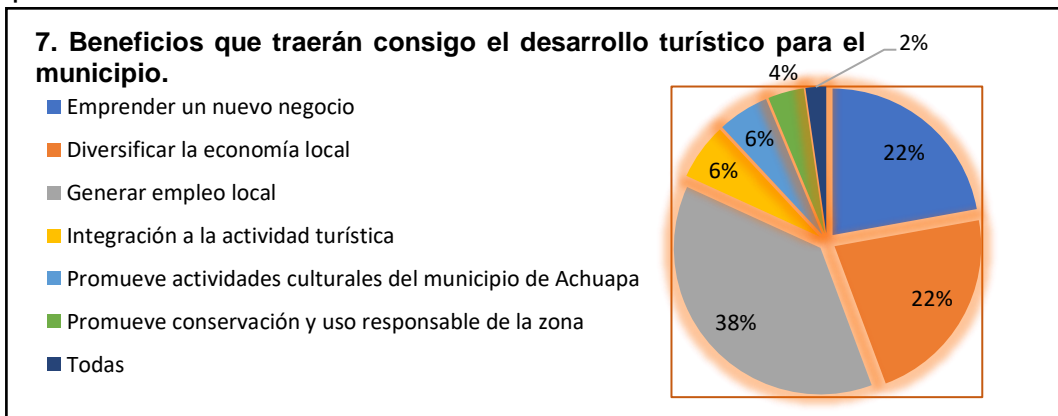
Las actividades turísticas que actualmente se realizan en el municipio de Achuapa son las caminatas con 42%, seguido de las excursiones 31%, cabalgatas 16% y en menor cantidad pero que se realizan a menudo es el senderismo 8%. Un 98% de la población opina que le gustaría que el municipio de Achuapa sea reconocido turísticamente y un 2% opina lo contrario.



El 70% de la población encuestada estarían dispuestos a trabajar prestando algún servicio turístico, el 12% no le gustaría y un 18% piensa que talvez.



El 94% de la población encuestada considera que las actividades turísticas traerán beneficio a la población, 2% opinan que no y 4% tal vez. Un 21% de todos los encuestados que opinaron anteriormente opinan que el turismo puede traer aspectos negativos a la población, el 65% opinan que no, un 14% que tal vez.

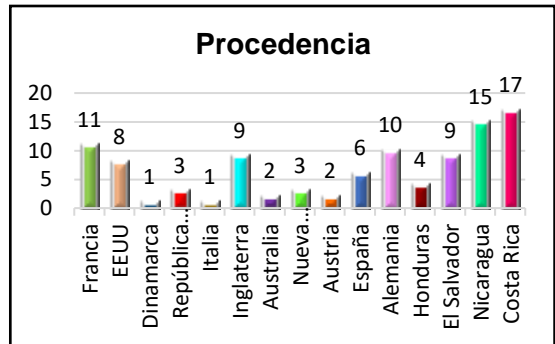
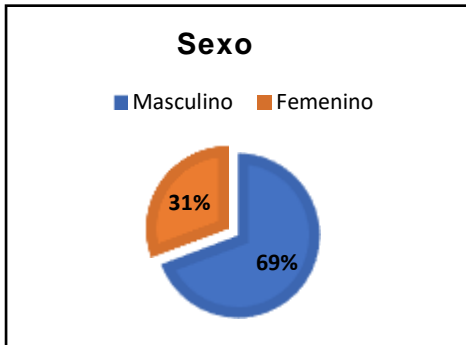


Entre los beneficios que el desarrollo turístico traería consigo está con mayor relevancia generar empleo local 38%, seguido de emprender un nuevo negocio y diversificar la economía local 22%.

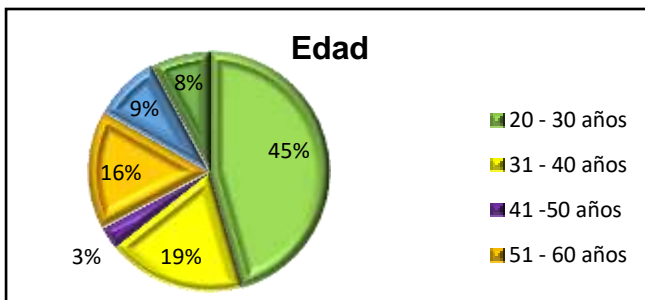


## 5.2 PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS POTENCIALES.

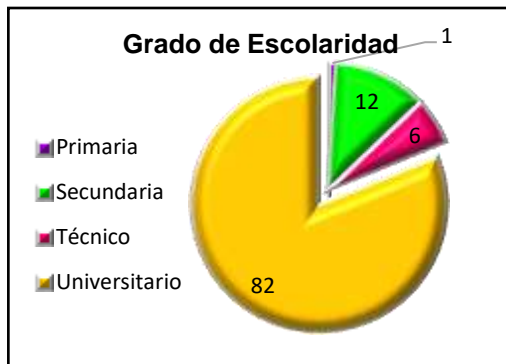
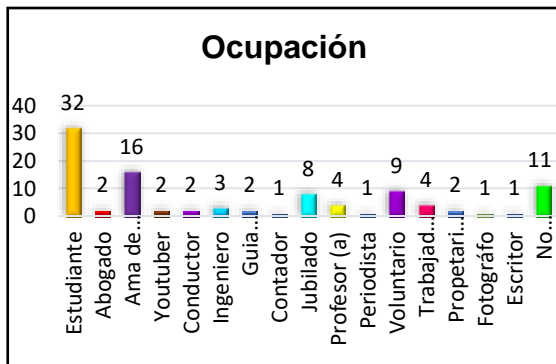
Resultados de las encuestas aplicadas (ver anexo 4)



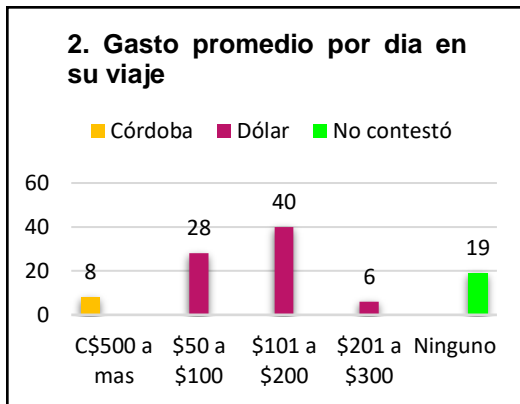
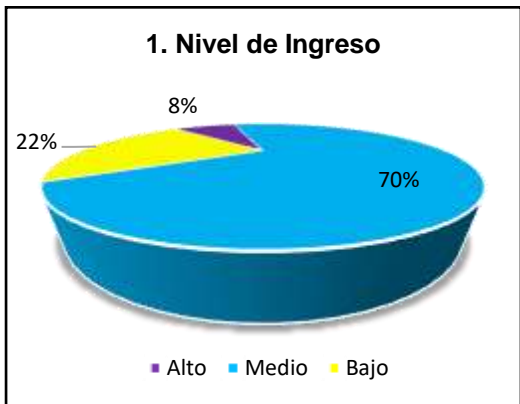
El 69% de los turistas encuestados en su mayoría (69%) son hombres seguido de las mujeres (31%). La procedencia con mayor cantidad es Costa Rica (17%), en segundo lugar, turistas nacionales (nicaragüenses 15%), seguido con Francia (11%), Alemania (10%), Inglaterra y El Salvador ambos con la misma cantidad (9%).



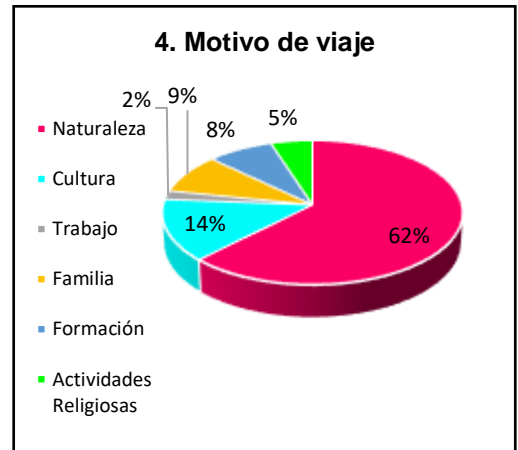
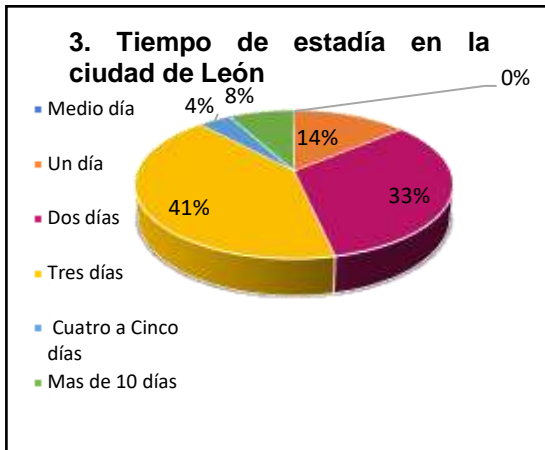
El 45% de los encuestados son jóvenes de 20 a 30 años, seguido de jóvenes adultos (19%) entre 31 a 40 años y señores de 51 a 60 años con un 19%.



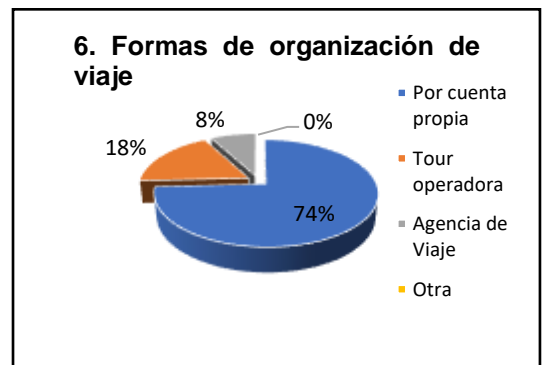
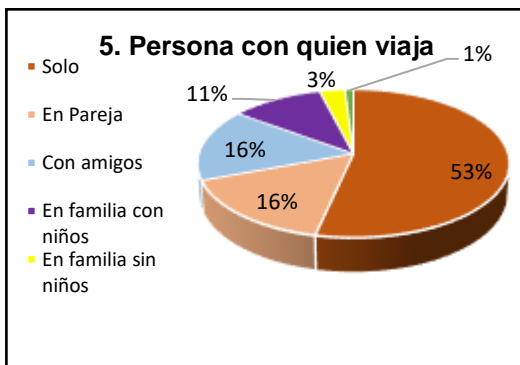
En cuanto a la ocupación la mayoría (32%) son estudiantes, seguido de las amas de casa (16%), el 11% no contestó, 9% son voluntarios y un 8% de personas Jubiladas.



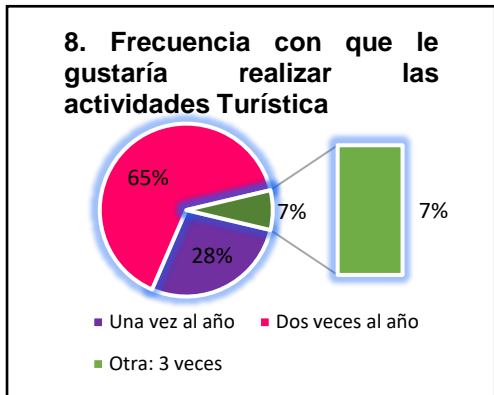
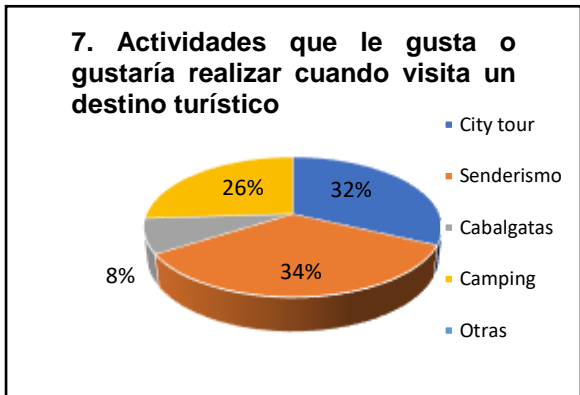
El 70% de los turistas tienen un nivel de ingreso medio, seguido del 22% un nivel bajo y el 8% nivel alto. El gasto promedio por día de un turista en su mayoría 40% es de \$101 a \$200, seguido del 28% que gasta de \$50 a \$100, un 19% prefirió no contestar y por último un 8% que gastan de C\$500 a más.



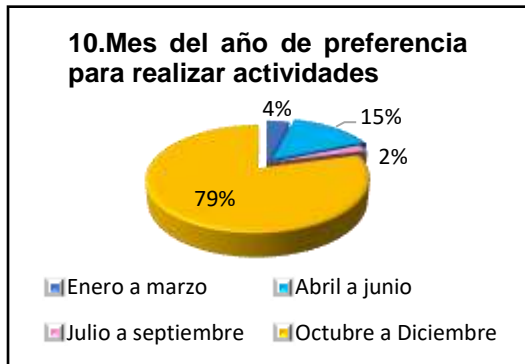
El 41% de los turistas encuestados pernoctaron por tres días en la ciudad de León, seguido del 33% su estadía fue por dos días y 14% un día. El motivo de su viaje en su mayoría (62%) fue por naturaleza, seguido de cultura con 14% y por motivos familiares 9%.



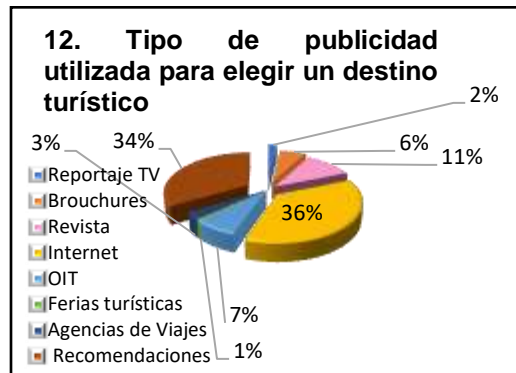
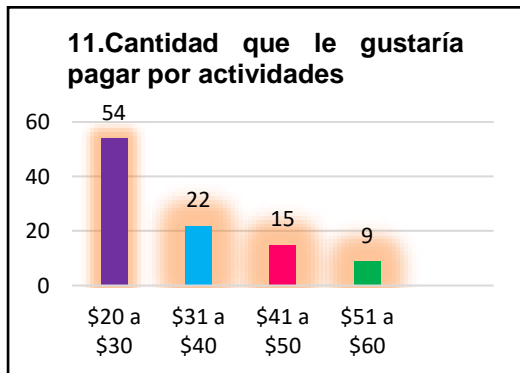
El 53% de los turistas encuestados viajan solos, seguido de los que viajan con pareja y amigos ambos con 16% y un 11% viaja en familia con niños. El 74% de todos los encuestados prefieren viajar por cuenta propia sin acudir alguna empresa que lo ofrezca, seguido de un 18% que acude a una tour operadora.



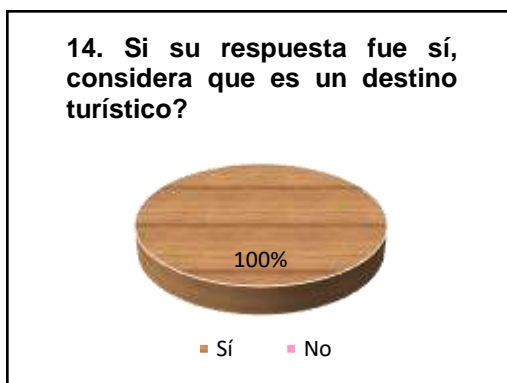
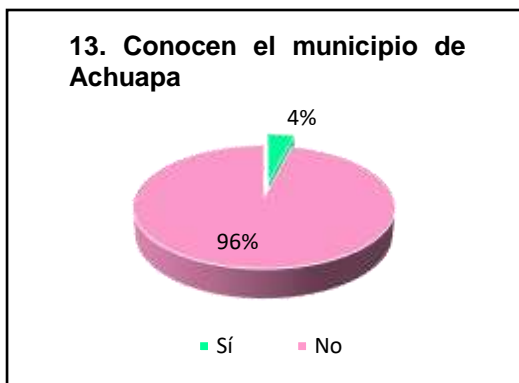
El senderismo es la actividad principal que eligieron los turistas (34%) seguido con un 32% con city tour y camping (26%) en el caso de actividades fuera de la ciudad. La frecuencia que realizarían estas actividades es dos veces al año (65%) seguido de una vez al año (28%) y un 7% les gustaría otra opción de tres veces al año.



El tiempo que los turistas invertirían en su mayoría (37%) es de todo el día, seguido de tres horas (34%) y medio día (25%). Los meses preferidos de los turistas encuestados son de octubre a diciembre (79%), de abril a junio (15%) y enero a febrero (4%).

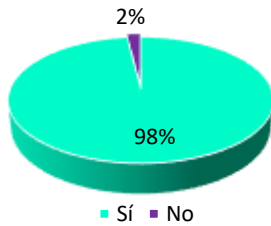


En cuanto a la cantidad que les gustaría pagar por actividades es de \$20 a \$30, seguido de \$31 a \$40 y de \$41 a \$50. El tipo de publicidad a la que los turistas están dispuestos a reaccionar es el internet con un 36%, seguido de recomendaciones con un 34% y revistas con un 11%.

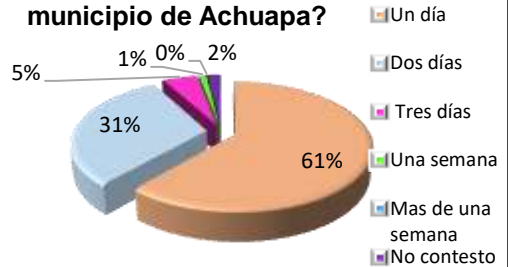


El 96% de los turistas encuestados afirma no conocer el municipio de Achuapa, sin embargo, un 4% si conoce y estos mismos consideran que es un destino turístico.

**15. Si su respuesta fue no, le gustaría conocer el municipio de Achuapa?**

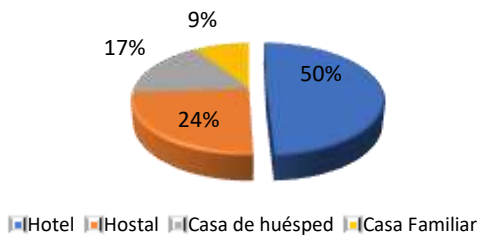


**16. ¿Cuántos días estaría dispuesto a pernoctar en el municipio de Achuapa?**



De los turistas encuestados que dijeron no conocer el municipio de Achuapa, el 98% opina que le gustaría conocer el municipio y un 2% no lo visitaría. El 61% de los turistas encuestado estaría dispuesto a pernoctar en el municipio de Achuapa por un día, el 31% lo haría por dos días y un 5% por tres días. El 2% no contesto.

**17. Tipo de hospedaje en el que gustaría alojarse**



En cuanto al hospedaje el 50% de los turistas encuestados opina que hotel, el 24% hostal, el 17% casa de huéspedes y un 9% en casa familiar.

## **5.3 ENTREVISTAS**

### **5.3.1 ENTREVISTA REALIZADA AL INSTITUTO NICARAGÜENSE DE TURISMO (INTUR), DELEGACIÓN LEÓN (ANEXO 2).**

De manera general, INTUR, cuenta con planes y acciones para distintos departamentos va dirigido para pequeñas y medianas empresas a través de diferentes capacitaciones brindando guías para que puedan dirigirse a ser buenos emprendedores, incluyendo claramente al sector de Achuapa.

En INTUR no existe ninguna alianza con empresas privadas para la conservación de ningún producto turístico.

Como institución si se aportan beneficios turísticos al enriquecimiento del sector de Achuapa, ya que es evidente que genera fuentes de ingresos y no solo eso, si no que la conservación de los recursos tantos naturales como culturales.

No contamos con información específicas de estadísticas solo se cuenta con estadísticas nacionales, por lo tanto, no se sabe exactamente en qué período es más visitado el sector de Achuapa.

Se está trabajando con programas de capacitación y plan de mejora para que el empresario implemente los estándares de calidad necesarios para que cada establecimiento pueda brindar un servicio de calidad:

Promociones, programa de capacitaciones, coordinación de trabajo con la alcaldía municipal a través de los planes de desarrollos turísticos.

Como delegación MUNICIPAL, INTUR, no aporta al desarrollo del municipio de Achuapa como tal, afirman ser una institución centralizada, ven el turismo de manera general, de esto se encarga cada municipio (de aprovechar las áreas turísticas del mismo municipio).

### **5.3.2 ENTREVISTA REALIZADA A LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE ACHUAPA**

La alcaldía municipal de Achuapa no cuenta con estrategias para el desarrollo turístico de Achuapa, pero si se trata de implementar algunas estrategias, también se cumplen orientaciones de parte del gobierno central pero algunas no las cumplen al ciento por ciento porque no hay recursos suficientes se dijo que están en procesos de mejorar cada vez más, también se implementó la siguiente incógnita que si el municipio cuenta con alianzas el cual respondió lo siguiente: el municipio no cuenta con ningún tipo de alianza con ninguna empresa.

Es evidente que el sector turístico genera un gran aporte en la población, no solo económico, sino cultural, ambiental y social, es por eso que sí hay un desarrollo tanto en la familia y por ende en la municipalidad y el país.

Achuapa cuenta con meses altos de visitas turísticas los cuales son: El mes de enero, semana santa y fin de año en que las personas se desplazan a ver a sus familias y por las actividades que se realizan en el municipio gracias a estos meses es que el turismo en Achuapa se mantiene en pie.

Los establecimientos no aportan las condiciones necesarias para brindarle comodidad al turista, es por eso que se necesitan capacitaciones a cada una de las personas que prestan servicios turísticos. La manera de desarrollar el turismo en el municipio se brindan apoyo como reuniones informativas con las



cuales se les orientan de cuál es el movimiento en cada uno de los emprendimientos del municipio, no contamos con ninguna capacidad, pero siempre ponemos en práctica en poco conocimiento, generando un poco más de ingresos al municipio.

### **5.3.3 ENTREVISTA REALIZADA A LÍDERES COMUNITARIOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA**

Los líderes comunitarios en coordinación con la alcaldía comparten charlas acerca de emprendimiento de negocios turísticos y les ayuda en la parte de capacitaciones para los pobladores e impulsarlos en ferias para dar a conocer sus pequeños negocios.

En cuanto a la afluencia de turistas es poca en algunos destinos sin embargo los meses en que la afluencia es mayor es en temporada de verano, como Semana Santa y el mes de diciembre. Entre los proyectos turísticos que los pobladores les gustaría realizar es la fabricación de cabañas turísticas para que el turista pernocte por más tiempo, así también practicar el turismo rural comunitario.

Las actividades principales de las comunidades del municipio de Achuapa es la agricultura y la ganadería y los pobladores están dispuestos a compartir estas actividades con los turistas. La implementación de nuevos proyectos turísticos para este municipio sería de gran utilidad para diversificar la economía local.

#### **5.3.4 ENTREVISTAS A EMPRESARIOS DEL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA**

Se aplicó entrevistas a prestadores de servicios turísticos, entre ellas hostales y restaurantes. Estos establecimientos no sobrepasan los 8 trabajadores, esto porque son pequeñas empresas que tienen un mercado pequeño y limitado, sin embargo, no pierden la calidad. La competitividad con los otros establecimientos no es de preocupación entre los pequeños empresarios debido a los pocos establecimientos que existen en la actualidad. El incremento de turistas es notorio solo en temporadas altas como en verano en los meses de marzo, abril, julio y de noviembre a diciembre.

El personal de estos negocios es continuamente capacitado por los mismos propietarios y en algunos casos por capacitaciones por parte de INTUR.

## 5.4 INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA, DEPARTAMENTO DE LEÓN.

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N° 1				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Cerro El Waylo			
Clasificación	Recurso Natural.			
Categoría	Natural			
Tipo	Montaña			
Sub -Tipo	Mirador			
Jerarquía	1			
DESCRIPCIÓN DEL RECURSO				
Se trata de la Reserva Natural Quiabúc – Las Brisas, decreto ejecutivo 42 -91. Con una extensión de 10, 835 has, comprendiendo los municipios de San Juan de Limay y Estelí – departamento de Estelí y el municipio de Achuapa – departamento de León.				
Clima	Tropical húmedo de altura			
Facilidades para el turista	Se puede acceder en transporte colectivo hasta cierta parte			
Seguridad	Seguridad puesta por los mismos lugareños.			
Horarios de Atención	No existe.			
Señalización Turística	Existe señalización solo en el lugar, pero no en la carretera o la entrada.			
Equipamiento y Servicio	Si existe. Servicios de alojamiento y alimentos y bebidas, alquiler de caballos.			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	56.6 km	2 horas

Elaboración propia.

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N° 2				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Finca Calamina			
Clasificación	Recurso Natural			
Categoría	Natural- Socioeconómico			
Tipo	Finca			
Sub -Tipo	Campismo			
Jerarquía	2			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Finca Calamina dentro de la reserva natural de Quiabuc- Las Brisas en el norte del departamento de León- Nicaragua. La actividad principal en la Finca de es de la producción de café Borbón el cual es un café orgánico. También ofrece actividades turísticas, servicio de alojamiento en cabañas de madera.				
Clima	Tropical húmedo de altura			
Facilidades para el turista	La Finca ofrece cabalgata para ir a recoger a los turistas para trasladarlos a la finca			
Administración	Esteban			
Horarios de Atención	Con previa Reserva			
Señalización Turística	Señalización dentro de la reserva, separando fincas, propiedades privadas.			
Equipamiento y Servicio	Servicio de alojamientos, actividades turísticas, alimentos y bebidas.			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	57 km	3 horas
Elaboración propia.				

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N° 3				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Finca Turística Camaguap			
Clasificación	Recurso Natural			
Categoría	Natural- socioeconómico			
Tipo	Finca			
Sub -Tipo	Senderismo			
Jerarquía	1			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
<p>Finca Camaguap ubicada en la comunidad de San Nicolas en Achuapa, es una finca de proyecto familiar con una extensión de 20 manzanas de tierra planificada en el único centro turístico del municipio, que promueve el cuidado de la naturaleza y la conservación de la fauna. De la abundancia de camarones y guapotes se deriva el nombre de Camaguap.</p>				
Clima	Tropical Seco Latifoliado			
Facilidades para el turista	Transporte con reserva			
Seguridad	Si hay			
Horarios de Atención	10:00 am – 05:00pm			
Señalización Turística	Si hay, la que conlleva al destino.			
Equipamiento y Servicio	Servicio de alojamiento, campismo, senderismo, cabalgatas, balneario, bar y restaurante.			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	5km	1h
Elaboración propia.				

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N° 4				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Lagartillo			
Clasificación	Reserva natural			
Categoría	Natural			
Tipo	Comunidad			
Sub -Tipo	Comunidad			
Jerarquía	1			
				
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
<p>A unos diez kilómetros del casco urbano del municipio de <b>Achuapa</b>, al noreste, se encuentra la comunidad El Lagartillo, la cual posee un ambiente lleno de naturaleza, llegando a este lugar se puede escuchar la caída del agua del Salto Las Lajas, ubicada en esta comunidad. Aquí mismo se encuentra una escuela de español para turistas que quieran aprender el idioma español y la cultura nicaragüense.</p>				
Clima	Tropical Seco Latifoliado			
Facilidades para el turista	Transporte público a la entrada de la comunidad, guías comunitarios, servicios de alimentación y alojamiento.			
Seguridad	No hay			
Horarios de Atención	----			
Señalización Turística	Cuenta con señalizaciones			
Equipamiento y Servicio	Servicios improvisados por los comunitarios			
Distancias y Tiempos de los	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	8 km	1h

Principales Centros Emisores	Elaboración propia.
------------------------------	---------------------

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N° 5				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
<b>Nombre</b>	Mirador Las tablas			
<b>Clasificación</b>	Comarca			
<b>Categoría</b>	Natural			
<b>Tipo</b>	Aldeas			
<b>Sub -Tipo</b>	Aldeas			
<b>Jerarquía</b>	1			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
<p>El Mirador Las Tablas, ubicado en la comarca del mismo nombre, de la comunidad de El Portillo. Este mirador brinda una vista impresionante de la naturaleza por característica de la zona, muy visitada por el fácil acceso.</p>				
<b>Clima</b>	Tropical Seco Latifoliado			
<b>Facilidades para el turista</b>	Transporte hasta la entrada de la comunidad, con un camino accesible para hacer senderismo.			
<b>Seguridad</b>	No hay			
<b>Horarios de Atención</b>	No hay			
<b>Señalización Turística</b>	No existe			
<b>Equipamiento y Servicio</b>	No existe			
<b>Distancias y Tiempos de los</b>	<b>Nombre</b>	<b>Vía</b>	<b>Distancia</b>	<b>Tiempo</b>
	Achuapa	Macadam	21km	43min


Principales  
Centros  
Emisores

Elaboración propia.

**FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA**

**N° 6**

**DATOS GENERALES DEL RECURSO**

<b>Nombre</b>	Parque de ferias	
<b>Clasificación</b>	Parque	
<b>Categoría</b>	Cultural	
<b>Tipo</b>	Parque	
<b>Sub -Tipo</b>	Parque de recreación	
<b>Jerarquía</b>	1	

**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO**


El parque de ferias del municipio de Achuapa, situado en el casco urbano es una iniciativa de la alcaldía municipal como un lugar para que las familias y visitantes disfruten y para que pequeños emprendedores expongan sus productos a la comunidad, de esta manera contribuir al desarrollo socio-económico de estas familias.

<b>Clima</b>	Sub tropical seco
<b>Facilidades para el turista</b>	Dado que se encuentra ubicado en el casco urbano del municipio de Achuapa el turista cuenta con una terminal de buses activa.
<b>Seguridad</b>	Si hay
<b>Horarios de Atención</b>	De 7:00 am a 8:00 pm
<b>Señalización Turística</b>	Si hay
<b>Equipamiento y Servicio</b>	Servicios de alimentación como cafetines, comedores, heladerías y transporte.




FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA	
N° 7	
DATOS GENERALES DEL RECURSO	
<b>Nombre</b>	Cooperativa Multisectorial Juan Francisco Paz Silva
<b>Clasificación</b>	Cultural
<b>Categoría</b>	Fábrica
<b>Tipo</b>	Cultural-socioeconómico
<b>Sub -Tipo</b>	Cooperativa
<b>Jerarquía</b>	1
 	
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>La Cooperativa es la única empresa procesadora en la municipalidad que transforma la semilla de ajonjolí en aceite y lo comercializa internacionalmente.</p>	
<b>Clima</b>	subtropical seco
<b>Facilidades para el turista</b>	Está ubicado en el caco urbano del municipio de Achuapa por ende tiene acceso a transporte.
<b>Seguridad</b>	Si hay, debido a la ubicación urbana y seguridad interna de la fábrica.
<b>Horarios de Atención</b>	De 8:00 am a 5:00 pm

<b>Señalización Turística</b>	Señalización desde la carretera, y señalización en la fábrica.			
<b>Equipamiento y Servicio</b>	Alojamiento, servicio de alimentación, transporte.			
<b>Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores</b>	<b>Nombre</b>	<b>Vía</b>	<b>Distancia</b>	<b>Tiempo</b>
	León		se encuentra a 113 Km. de su cabecera departamental León en Nicaragua.	3h
	Elaboración propia.			

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N° 8				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Plan bonito			
Clasificación	Recurso natural			
Categoría	Natural			
Tipo	Montaña			
Sub -Tipo	Mirador			
Jerarquía	1			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
<p>En la Comunidad Los Hornos, se puede visitar el increíble y verdoso Bosque de Pinos, donde se aprecia una majestuosa vista hacia la Cordillera de los Maribios y el Golfo de Fonseca. Para poder deleitarse de estas maravillas el visitante deberá recorrer al menos una hora caminando y siempre deberá cargar su botella de agua; de esta manera podrá llegar a este hermoso destino.</p>				
Clima	Tropical húmedo de altura			
Facilidades para el turista	Acceso en transporte hasta la comunidad de los hornos o la comunidad ojo de agua.			
Seguridad	No existe			
Horarios de Atención	No existe			
Señalización Turística	No hay.			
Equipamiento y Servicio	No hay			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	9km	1h
Elaboración propia.				

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N°9				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	El Pajarito			
Clasificación	Natural			
Categoría	Comunidad			
Tipo	Comunidad			
Sub -Tipo	Comunidad			
Jerarquía	1			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
<p>La comunidad de El Pajarito ofrece por su ubicación, ser una comunidad en las alturas del municipio de Achuapa la cual ofrece una vista impresionante, ideal para hacer senderismo y un mirador natural.</p>				
Clima	Sub tropical			
Facilidades para el turista	Accesibilidad en los caminos			
Seguridad	No hay			
Horarios de Atención	No hay			
Señalización Turística	No hay			
Equipamiento y Servicio	No hay			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	12.10km	30min

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N°10				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Las Brisas			
Clasificación	Atractivo Natural			
Categoría	Natural			
Tipo	Bosque			
Sub -Tipo	Reserva Natural			
Jerarquía	2			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Las Brisas, situada en la frontera entre Achuapa y Estelí, a una altura de entre 1.000 y 2.000 metros de altura, con una variedad de flora y fauna. Existen diversas rutas para senderos interpretativos y paisajísticos.				
Clima	Sub tropical			
Facilidades para el turista	Rutas y senderos			
Seguridad	es seguro			
Horarios de Atención	No hay			
Señalización Turística	Si hay			
Equipamiento y Servicio	No hay			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	57km	3h

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N°11				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
<b>Nombre</b>	Fiestas Patronales			
<b>Clasificación</b>	Manifestación Cultural			
<b>Categoría</b>	Cultura/Tradición			
<b>Tipo</b>	Fiesta Religiosa			
<b>Sub -Tipo</b>	Fiestas patronales			
<b>Jerarquía</b>	1			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
<p>Celebradas en la primera semana del mes de enero, en honor al Santo Patrono San Sebastián. Durante estas festividades, la Iglesia Católica organiza procesiones acompañadas de bandas filarmónicas y pólvora. Esta fiesta tiene una duración de tres días, dando inicio el viernes por la tarde y culminado el domingo por la noche.</p>				
<b>Facilidades para el turista</b>	Puesto que se realiza en el casco urbano tiene mucha accesibilidad al transporte y alimentación			
<b>Seguridad</b>	Asistencia policial			
<b>Horarios de Atención</b>	No hay			
<b>Señalización Turística</b>	----			
<b>Equipamiento y Servicio</b>	Servicio de transporte y alimentación			
<b>Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores</b>	<b>Nombre</b>	<b>Vía</b>	<b>Distancia</b>	<b>Tiempo</b>
	León		113km	3h


FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N°12				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	El Grito del Bolo			
Clasificación	Manifestación Cultural			
Categoría	Cultural			
Tipo	Música			
Sub -Tipo	Música Polka			
Jerarquía	2			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
<p>El Grito del Bolo, compuesta por Adán Hernández Rocha, nacido en la comunidad Las Lajas del municipio de Achuapa. Esta polka se la enseñó a su sobrino Mercedes Gámez, del Bolsón- Estelí, más tarde Mencho se la mostró a la familia Urrutia quienes la hicieron famosa. Sus obras conforman un repertorio único de los departamentos del norte, del departamento de León y por su cercanía contagian su influencia hacia Las Segovia.</p>				
Facilidades para el turista	Información didáctica para turistas e historiadores.			
Seguridad	---			
Horarios de Atención	No hay			
Señalización Turística	No hay			
Equipamiento y Servicio	No hay			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N°13				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
<b>Nombre</b>	Monumento Histórico de los Caídos			
<b>Clasificación</b>	Monumento			
<b>Categoría</b>	Cultural			
<b>Tipo</b>	Monumento			
<b>Sub -Tipo</b>	Monumento histórico			
<b>Jerarquía</b>	2			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
<p>Se sitúa en la comunidad El Lagartillo. Cada año se conmemora el hecho histórico, todos los 31 de diciembre se realizan celebraciones religiosas y representaciones culturales. Además, se cuenta la historia de cada uno de los muertos en la masacre organizada por la guardia</p>				
<b>Facilidades para el turista</b>	Accesible al público			
<b>Seguridad</b>	No hay			
<b>Horarios de Atención</b>	Libre			
<b>Señalización Turística</b>	No hay			
<b>Equipamiento y Servicio</b>	Servicio de transporte y alimentación			
<b>Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores</b>	<b>Nombre</b>	<b>Vía</b>	<b>Distancia</b>	<b>Tiempo</b>
	Achuapa	Macadam	9km	1h



FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N°14				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Casa Museo Los Tobías			
Clasificación	Cultural			
Categoría	Museo			
Tipo	Museo			
Sub -Tipo	Museo			
Jerarquía	2			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Propiedad privada perteneciente al Sr. Tobías Virgilio Urbina, ubicado en la comunidad Sabana de la Villa. El museo posee piezas históricas, pinturas y artesanías.				
Facilidades para el turista	Transporte Público hacia la comunidad			
Seguridad	Si hay, impuesta por los mismos lugareños			
Horarios de Atención	----			
Señalización Turística	No hay			
Equipamiento y Servicio	Servicios de transporte y alimentación			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	Achuapa	Macadam	5km	30min


FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N°15				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
Nombre	Iglesia San Sebastián			
Clasificación	Religión			
Categoría	Cultura			
Tipo	Iglesia			
Sub -Tipo	Parroquia			
Jerarquía	1			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
<p>La iglesia de San Sebastián es un sitio muy querido por la feligresía católica del municipio de Achuapa. Las actividades religiosas en honor a San Sebastián atraen a diferentes turistas nacionales.</p>				
Facilidades para el turista	Ubicada en el casco urbano, cerca de la terminal, comiderías y transporte			
Seguridad	Si hay			
Horarios de Atención	No existe un horario estable			
Señalización Turística	Si hay, por su ubicación al casco urbano, y posee su propia señalización.			
Equipamiento y Servicio	servicios de transporte y alimentación			
Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores	Nombre	Vía	Distancia	Tiempo
	León		113km	3h

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA				
N°16				
DATOS GENERALES DEL RECURSO				
<b>Nombre</b>	Geoglifos			
<b>Clasificación</b>	Cultura			
<b>Categoría</b>	Cultura			
<b>Tipo</b>	Arqueología			
<b>Sub -Tipo</b>	Geoglifos			
<b>Jerarquía</b>	2			
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
<p>Estos antiguos grabados en piedra relatan la historia y formas de vida de los primeros pobladores de la zona, a sus pies para un pequeño riachuelo, lo cual lo vuela aún más atractivo para la visita de turistas.</p>				
<b>Facilidades para el turista</b>	Fácil acceso, cerca de la terminal			
<b>Seguridad</b>	No hay			
<b>Horarios de Atención</b>	No hay			
<b>Señalización Turística</b>	No hay			
<b>Equipamiento y Servicio</b>	Transporte y alimentación			
<b>Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores</b>	<b>Nombre</b>	<b>Vía</b>	<b>Distancia</b>	<b>Tiempo</b>
	León		113km	3h

**FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHUAPA**

**N°17**

**DATOS GENERALES DEL RECURSO**

<b>Nombre</b>	Festival de oro	
<b>Clasificación</b>	Manifestación cultural	
<b>Categoría</b>	Cultura	
<b>Tipo</b>	fiesta	
<b>Sub -Tipo</b>	Festival	
<b>Jerarquía</b>	1	

**DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO**

El festival que se celebra desde el año 2008, fusionado con el Festival de Música. Evento que contribuye al rescate de las costumbres y tradiciones de nuestros aborígenes. Dirigido especialmente a las personas de la tercera edad o “edad de oro” del municipio, quienes deleitan al público con bailes, música, presentación de instrumentos antiguos, deliciosa gastronomía como: alboroto, turrone, chicha de millón, pozol, bien me sabe, mota de atol, tiste, sirope, huevo chimbo, güirilas, atol de millón, entre otros.

<b>Facilidades para el turista</b>	Si hay por lo que se realiza en el casco urbano del municipio			
<b>Seguridad</b>	Si hay, ya que se celebra en el casco urbano y participan las instituciones			
<b>Horarios de Atención</b>	---			
<b>Señalización Turística</b>	No hay			
<b>Equipamiento y Servicio</b>	Servicios de transporte, alojamiento y alimentación			
<b>Distancias y Tiempos de los Principales Centros Emisores</b>	<b>Nombre</b>	<b>Vía</b>	<b>Distancia</b>	<b>Tiempo</b>
	León		113km	3h

## 5.5 INVENTARIO DE FACILITADORES DE ACHUAPA.

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	
N.º 1	
Nombre: Hostal Martínez	
Representante legal: Francisco Martínez Rayo	
Dirección y referencias: Terminal de buses 75 metros al Norte.	
Teléfono de contacto: 8424-6807	
N.º de camas: 19 camas.	
Capacidad: 20 personas	
Categoría: Hostal	
Servicios complementarios: uso de garaje.	
Costo promedio: 150 córdobas por persona y 300 por pareja.	
Demanda concurrente	Público extranjero
Público nacional: sugieren que tengan aire acondicionado y wi-fi. .	
Necesidades identificadas:	

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	
N.º 2	
Nombre: Hostal Dania	
Representante legal: Ervin Cerros López	
Dirección y referencias: de la antena claro cuadra y media al Norte	
Teléfono de contacto: 84057443	
N.º de camas: 10 camas.	
Capacidad: 20	
Categoría: Hostal	
Servicios complementarios: uso de garaje.	
Costo promedio: 300 por persona.	
Demanda concurrente	Público extranjero:
Público nacional: sugieren que tengan aire acondicionado y wi-fi. .	
Necesidades identificadas:	

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	
N.º 3	
Nombre: Hostal El Rosario	
Representante legal: Yamileth Madariaga Martínez	
Dirección y referencias: Terminal de buses 25 metros al sur.	
Teléfono de contacto: - -	
N.º de camas: 15 camas.	
Capacidad 8 habitaciones	
Categoría: Hostal	
Servicios complementarios: garaje, servicio de alimentación.	
Costo promedio: 150 por persona y 300 por pareja.	
Demanda concurrente	Público extranjero:
Público nacional: sugieren que tengan aire acondicionado y wi-fi .	
Necesidades identificadas:	

SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN	
N.º 4	
Nombre: cafetín El buen Sabor	
Representante legal: Irsa Tercero Lanusa	
Dirección y referencias: del centro de salud 2 ½ al norte, media al este	
Teléfono de contacto: 82128678	
N.º de mesas: 10	
Capacidad: 40 personas	
Categoría: Cafetin	
Costo promedio: 70 córdobas almuerzo	
Demanda concurrente	Público extranjero:
Público nacional:	
Necesidades identificadas:	

SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN	
N.º 5	
Nombre: cafetín El Mana	
Representante legal: Leyla Palacios	
Dirección y referencias: de la terminal 1 c al Oeste	
Teléfono de contacto: 58369435	
N.º de mesas: 5	
Capacidad: 20 personas	
Categoría: Cafetín	
Servicios complementarios:	
Costo promedio: 85 córdobas el almuerzo.	
Demanda concurrente	Público extranjero:
Público nacional:	
Necesidades identificadas:	

SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN	
N.º 6	
Nombre: cafetín Reyna	
Representante legal: Reyna luz Gutiérrez Cruz	
Dirección y referencias: de donde fue el cine municipal 1 c al Este y 1 c al Norte	
Teléfono de contacto: 89432010	
N.º de mesas: 8	
Capacidad: 40 personas	
Categoría: Cafetin	
Servicios complementarios:	
Costo promedio: 70 córdobas el almuerzo.	
Demanda concurrente	Público extranjero:
Público nacional:	
Necesidades identificadas:	

SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN	
N.º 7	
Nombre: cafetín Doña Reynita	
Representante legal: Reyna de los Ángeles Narváez Martínez	
Dirección y referencias: módulo de la terminal de buses	
Teléfono de contacto: 84101157	
N.º de mesas: 8	
Capacidad: 32 personas	
Categoría: Cafetín	
Servicios complementarios:	
Costo promedio: 60 córdobas el almuerzo.	
Demanda concurrente	Público extranjero:
Público nacional:	
Necesidades identificadas:	



## **5.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

Para proponer la creación de un producto turístico para el municipio de Achuapa fue necesario, actualizar el inventario de los recursos naturales y culturales con potencial turístico del municipio de Achuapa para utilizarlos como materia prima en el diseño del producto turístico, a como también fue necesario Identificar la opinión o la percepción de la población y de los líderes comunitarios respecto al diseño de un producto turístico en el municipio de Achuapa para el desarrollo socio-económico de la zona, otro punto importante es determinar la percepción de los turistas potenciales respeto al diseño de un producto turístico, para conocer la demanda real del producto finalmente y no menos importante la descripción del perfil de los turistas potenciales que visitarán y consumirán el producto turístico del municipio de Achuapa

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojará será la que indique las conclusiones a la cuales llega la investigación, por cuanto mostrara la percepción que poseen los encuestados.

Según las entrevistas aplicadas, al INTUR y a la Alcaldía del municipio de Achuapa, por ser entidades que deben velar por la conservación de los bienes, en este caso, de los recursos, trabajan de forma organizada, pero de acuerdo a lo que se logró identificar, el trabajo conjunto es todavía insuficiente, ya que cada uno tiene sus propias prioridades y cuando son los recursos los que están en riesgo por las razones ya mencionadas, ninguno aparece como entidad responsable.

De las 105 personas encuestadas las cuales son pobladores del municipio de Achuapa, obteniendo como resultado de los datos personales que las gráficas indican que hay una predominancia del sexo masculino en la muestra, en su mayoría de los pobladores originarios del casco urbano seguido de las comunidades de San Nicolas y Lagartillo, ya jóvenes adultos, las cuales los componen las amas de casas, estudiantes, domésticas y agricultores.

Entre los lugares considerados propuestos por los pobladores como atractivo para visitar se encuentra Cerro El Waylo, Comunidad de San Nicolas, Lagartillo y Plan Bonito, de estos mismos da como resultado el inventario de atractivos turísticos, a su vez el 98% de los encuestados está de acuerdo que el municipio sea reconocido turísticamente. Un poco más de la mitad de los encuestados les gustaría trabajar en el sector turístico y que podría traer beneficios y en menor cantidad traer aspectos negativos, enfocados más en los beneficios mencionan el empleo local y emprender un nuevo negocio.

Al momento de encuestar a los turistas potenciales se optó por separar los grupos en dos muestras la primera muestra son turistas nacionales y la segunda muestra compuesta de turistas extranjeros que visitaron la ciudad de León analizando las respuestas de ambas muestras se encontró que, de igual forma, ambos grupos poseen características similares como la predominancia del sexo masculino provenientes de Costa Rica, El Salvador, nacionales, seguido de europeos y norteamericanos.

En ambas muestras el rango de edades coincide ya que los turistas extranjeros encuestados son jóvenes de 20 a 30 años, seguido de jóvenes adultos entre 31 a 40 años.

A parte de la coincidencia antes mencionada, se encuentra al igual que los turistas nacionales siendo la mayoría estudiantes, en cuanto a la ocupación la mayoría son estudiantes, seguido de las amas de casa, voluntarios, personas Jubiladas.

En definitiva, si bien se analizaron las encuestas a turistas reales, separando los nacionales de los extranjeros, para efecto de creación de producto, se puede crear un mismo producto ya que como se observó, seguramente por visitar los mismos sitios y tener más o menos un mismo nivel, sus características son muy semejantes.

Finalizando con el análisis de los datos personales de ambas encuestas se procede a comparar los siguientes resultados

La gráfica No 5. El 94% de la población considera que las actividades turísticas traerán beneficios a la población, trayendo oportunidades de empleo a cada una de las personas que viven este municipio, ahora bien, un 65% opinaron que no traerá aspectos negativos ya que esto es un medio que se tomará medidas necesarias para mantener un turismo saludable que no afecte el municipio.

En cuanto a las preguntas que se les realizaron a los turistas extranjeros se llegó a la conclusión que su tiempo de estadía en la ciudad de León es de 3 días con un 42% y el motivo de su viaje en su mayoría es por naturaleza con un promedio de 63%.

Al encuestar a los turistas se llegó a la conclusión que no conocen en municipio de Achuapa, pero opinaron que les gustaría conocerlo por todo lo que posee con un 99% de aceptación a visitarlo. Al ver que la mayoría de los

turistas les gustaría visitar se dio la tarea de preguntar cuántos días estarían dispuesto a pernoctar los cuales nos respondieron.

Ahora bien ya se sabe que sí les gustaría ir y pernoctar en el municipio se preparó la siguiente pregunta en que les gustaría quedarse a dormir, la cual fue en hospedaje con un porcentaje de 49%, Al obtener esta información la cual es de mucha importancia para así preparar Achuapa para todo tipo de cliente se dio la tarea de cuestionar con quienes viajan frecuentemente sus respuestas fueron que solos con un 54%, así mismo se preguntó si viajarían con agencias de viaje los cuales respondieron que les encantan viajar por cuenta propia con un 75%.

También se obtuvo información de cuál es su actividad favorita ellos opinaron que el senderismo es su actividad con un 17% además las veces que ellos realizan estas actividades es dos veces al año con un porcentaje 35%, así mismo dijeron que el tiempo que dedicarían a este tipo de turismo es de todo el día con un 38% ellos prefieren el mes entre Octubre a Diciembre con un 80%, al obtener cada una de estas respuestas es importante ver cómo sí es necesario que Achuapa sea reconocido como un lugar turístico, ya que se informa que si estarían dispuestos a viajar, pernoctar y realizar actividades con sus familiares amigos o bien ya sea solo, es decir se tiene una información preliminar de cómo está este lugar sin aún ser explotado turísticamente, también se vio que el municipio de Achuapa posee atractivos turísticos, posee recursos turísticos que llaman la atención de cada uno de los turistas encuestados sin olvidar que se tiene que proponer o realizar una publicidad correctamente para captar la atención de cada uno de ellos. Se sabe que los pobladores de Achuapa están dispuestos a colaborar a prestar servicios y no

solo eso sino también a desempeñar un roll para la atención del cliente, con todo esto no solo será beneficiada la población además será un lugar turístico que se explorará al máximo ya que lo que más posee es recursos naturales. Achuapa está a punto de admirar como serán puesto en un lugar de los más visitados.

## 5.7 Propuesta del Producto Turístico

### FICHA DE PRODUCTO

Ficha N: 1

#### Nombre del producto

Aventúrate en Achuapa

#### Ubicación

Departamento: León

Municipio: Achuapa

Comunidad: Achuapa

#### Producto principal de venta - factor de diferenciación PPV

Turismo de Aventura

#### Definición del producto

El producto turístico “Aventúrate en Achuapa, es un producto de turismo de Aventura dirigidos a turistas nacionales y extranjeros que buscan este tipo de destinos. Este producto tiene una duración de tres días, abierta a la posibilidad que el turista pueda elegir un solo día o dos si desea consta de actividades que se realizan solo en el municipio de Achuapa y sus comunidades, incluye todos los servicios que se propone, como es el transporte, alimentación, hospedaje y entradas a algunos lugares.

#### Público objetivo según la búsqueda de experiencia

Nicho ( )

Multitemático (

Moda ( )

X)

#### Tipo de mercado interno

VN divertido ( X )

VN descanso y relax (

VN conocedor ( )

#### Tipo de mercado extranjero

TE cultural ( )  
y playa ( )

TE de naturaleza ( X )

TE de aventura ( X )

TE de sol

#### Perfil según estilo de vida

Personalizados (a la medida)

Equilibrados (bienestar) ( )

Responsables (Sostenibilidad) (X)

(X) Conectados (tecnológicos)

) Exclusivos

( )

Inclusivos (nichos: solteros, discapacitados, etc.) ( )

## **Descripción detallada del producto**

Tres días y dos noches

### **Atractivos ancla y descripción**

Cerro El Waylo: Se trata de la Reserva Natural Quiabúc – Las Brisas, decreto ejecutivo 42 -91. Con una extensión de 10, 835 has, comprendiendo los municipios de San Juan de Limay y Estelí departamento de Estelí y el municipio de Achuapa – departamento de León.

Finca Camaguap: Finca Camaguap ubicada en la comunidad de San Nicolas en Achuapa, es una finca de proyecto familiar con una extensión de 20 manzanas de tierra planificada en el único centro turístico del municipio, que promueve el cuidado de la naturaleza y la conservación de la fauna.

### **Demanda**

Turistas jóvenes que buscan recursos turísticos para realizar actividades de aventura

Datos importantes (cifras): No existen estadísticas sobre el ingreso a los lugares del municipio de Achuapa.

### **Itinerario sugerido**

#### **Día 1:**

06:00am- salida de León hacia el municipio de Achuapa

08:45am- Llegada al municipio de Achuapa

08:45- 09:30am desayuno en el municipio cafetín Reyna.

09:30- 09:50am city tour por todo el centro del municipio, visitando iglesia y petroglifos

09:50- 10:00am traslado a la cooperativa Multisectorial Juan Francisco Paz Silva y aprecia los procesos de elaboración y empaque de cada uno de los productos del ajonjolí, apicultura y vinos.

10:00am- 12:00pm: tour en la cooperativa.

12:00pm almuerzo en el comedor El Mana en el centro del municipio.

01:30pm Check in en el hostel Martínez.

01:45- 3:00pm descanso.

03:00pm-5:00pm visita al museo de los Tobías ubicado en la comunidad de sabana de la villa

05:00pm visita al parque de ferias y tiempo libre.

**Día 2:**

05:00am check out

05:15am Salida del hostel hacia la comunidad de San Nicolas

06:30am Llegada a la finca eco-turística Camaguap

06:30am- 7:30 desayuno en el comedor de la finca Camaguap

7:30- 9:30am actividades y recorrido en toda la finca

09:40am- Traslado de la comunidad San Nicolas a caballo hacia el cerro el Waylo a la finca Calamina.

11:45am Llegada a la finca Calamina (El Waylo)

12:00pm almuerzo

01:00pm distribución de las cabañas en la Finca Calamina

02:00pm- 05:00pm recorrido en toda la finca y actividades de recreación

06:00pm- cena con fogata

07:00pm descanso

**Día 3:**

05:45am- salida hacia la comunidad El Lagartillo

09:00am Llegada a la comunidad el Lagartillo y desayuno.

09:30- 10:20pm recorrido a la comunidad llena de historia, arte y bellezas escénicas, acá podrá visitar el Monumento Histórico de los Caídos sitio histórico de El Lagartillo, donde podrá gozar de la historia de la comunidad.



10:20- 10:40 Traslado al Salto Las lajas donde podremos adentrarnos en las aguas cristalinas del lugar y poder pasar un momento de recreación para concluir este recorrido.

10:40pm- 01:00pm recreación en el Salto Las Lajas.

01:00pm- 02:00pm almuerzo en la comunidad.

02:00pm-03:00pm Traslado de regreso al centro de Achuapa

04:00pm retorno a la ciudad de León.

06:15pm Llegada a la ciudad de León.

**Costo final total del producto. US\$60.00 por persona (Mínimo 5 personas).**

Facilidades								
Atractivos ancla	Señalización interna	Teléfono	SSHH	Estacionamiento	Seguridad	Rampa	Restaurante/Cafete	Horarios de visita / precios
Finca Calamina								Horario: 07:00am – 4:00pm
	X	X	X		X		X	Costo: \$20
								Dirección: Cerro El Waylo
Finca Camaguap								Horario: 10:00am – 05:00pm
	X	X	X	X	X		X	Costo: Según consumo
								Dirección: Comunidad San
Fábrica Juan Francisco Pasilva								Horario: 08:00am – 04:00pm
	X	X	X	X	X			Costo: \$2
								Dirección: Cementerio municipal 1c al norte, 1c al este y ½ al sur.

**Época de visita/Clima**

Época de verano de septiembre a abril

Servicios en el centro de soporte más cercano								
Hoteles	Sí ( )	No ( X )	Guías	Sí ( X )	No ( )	Venta de artesanías	Sí ( )	No ( X )
Hostales	Sí ( X )	No ( )	Albergues	Sí ( )	No ( X )	Oficinas de turismo	Sí ( X )	No ( )
Restaurantes	Sí ( X )	No ( )	Resorts	Sí ( )	No ( X )	Internet	Sí ( X )	No ( )

Distancia entre los atractivos ancla			
Desde	Hasta	Total tiempo (aprox.)	Total, kms. (aprox.)
Achuapa	San Nicolas	1hora	5km
San Nicolas	El Waylo	3horas	38km
El Waylo	El Lagartillo	1h 52min	53km
El Lagartillo	Las Lajas	1/2	3km

### **Operadores que comercializan el producto**

Operadores locales: Tour operadoras, Guías locales comunitarios, Propietarios de establecimientos turístico

Operadores mayoristas: No hay

Operadores minoristas: Agencias que tienen contacto con la Finca Calamina

### **Fotografías**



### **Mapas**



## **CAPÍTULO VI. CONCLUSIÓN**

A través de la presente investigación se ha realizado una actualización del inventario de los recursos naturales y culturales del municipio de Achuapa, por lo cual, se dio a la tarea de visitar cada lugar, para conocer con precisión el valor que posee cada uno de los recursos existentes en el municipio de Achuapa.

Para dar respuesta al segundo objetivo se realizaron entrevistas a líderes comunitarios los cuales mostraron aceptación y confiabilidad al producto turístico que se les propuso. A los pobladores se les planteó una encuesta en la que se indagó sobre la opinión de estos respecto al planteamiento del producto turístico, a lo que respondieron con aceptación, además, resaltaron en sus repuestas el desarrollo económico que representa un proyecto de este tipo. Por medio de dicha encuesta se evaluó también el grado de conocimiento de la población sobre los recursos turísticos con los que cuenta su municipio, mostrando un amplio conocimiento sobre los lugares con mayor potencial turístico, por otra parte, se tiene la disposición de la población para ofertar e involucrarse en la industria de la oferta turística siendo este un punto esencial para el desarrollo turístico.

Para determinar la percepción que podrían tener los turistas nacionales y extranjeros fue necesario realizar una encuesta donde ellos señalaban que, aunque no conocían el destino estaban interesados en visitar el municipio y consumir el producto turístico diseñado.

Por consiguiente, el perfil de los turistas potenciales que visitarían el municipio de Achuapa son jóvenes entre 20 a 40 años, estudiantes universitarios que

viajan por motivos de ocio y visitan atractivos de naturaleza con un valor adquisitivo medio, en el que gastan alrededor de \$200(dólares) por viaje. Estos provenientes de Centro América, Europa y Estados Unidos, estos datos fueron recopilados de las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros

Finalmente, el diseño del producto turístico es de importancia para el municipio de Achuapa, este tendrá un costo de \$60 por persona, los cuales incluye el servicio de transporte, alimentación, alojamiento, pago del guía turístico y entradas a los atractivos los cuales estarán distribuidos en la misma población aportando a la economía local. Este producto se comercializará con un mínimo de 5 personas por viaje buscando la comodidad tanto del turista como para las empresas que ofrecen los servicios complementarios.

## **CAPITULO VII. RECOMENDACIONES**

### **Al Instituto Nicaragüense de Turismo:**

- Que implementen planes de alianzas con las distintas empresas que se encuentran en el municipio, para generar más ferias que atraigan a los turistas.
- Que empleen una nueva estrategia para mantenerse en contacto con las estadísticas de visitas en el municipio de Achuapa.
- Que la delegación Municipal, INTUR, aporte planes de desarrollo turístico de manera específica con cada uno de los municipios para poder dar a conocer los atractivos potenciales de cada uno posee.

### **A la alcaldía municipal de Achuapa:**

- La alcaldía debe contar con estrategias para el desarrollo turístico de Achuapa no obstante dando a conocer las medidas necesarias para cuidar de cada uno de los recursos que posee.
- Que los establecimientos registrados como hoteles, hostales, restaurantes y otros tienen que procurar brindar una atención especializada en todos los aspectos desde lo que ofrecen, hasta el cuidado del local.

### **A los líderes comunitarios del municipio de Achuapa:**

- Que no dejen de brindar charlas y clases técnicas sobre el turismo para que los habitantes se motiven a seguir con este generador de ingresos.

- Que continúen con sus tradiciones para que puedan llamar la atención del turista.

### **A empresarios del sector turístico del municipio de Achuapa:**

- Que les brinden seguimiento a las estadísticas de fechas más visitadas para manejar un control necesario a la hora de realizar algún mejoramiento en su local.
- Que se mantengan al tanto de las innovaciones que ofrecen los sectores turísticos a los visitantes para estar actualizando alguno de sus servicios.

## **CAPÍTULO VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Bolaños, I, (2010). *“Creación de productos para satisfacer las necesidades del Segmento del turismo de naturaleza, del departamento de León”*.

Camara, Charles Jean, & Morcate Labrada, Flora de los Ángeles. (2014). *“Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. Arquitectura y Urbanismo, 35(1), 48-67”*. Recuperado en 25 de octubre de 2019, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S181558982014000100005&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S181558982014000100005&lng=es&tlng=es)

Debreczeni E, (CANTUR, 2003) *“Gestion del Turismo Sostenible y Patrimonio Cultural”*,

Hernández Sampieri, R, Fernández, C, Baptista, P, *“Metodología de la investigación” 6ta edición*, México DF, recuperado de <https://periodicooficial.jalisco.gob.mx>

Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE 2005). *“Censo Nacional de Población”* Nicaragua, recuperado de [www.inide.gob.ni/censo2005/CifrasMun/Leon/ACHUAPA.pdf](http://www.inide.gob.ni/censo2005/CifrasMun/Leon/ACHUAPA.pdf)

Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR ,2016). *“Estadística de turismo”*. Recuperado de <https://www.intur.gob.ni>



Irías, J y Flores, D. (2014). *“Estrategias para el Desarrollo del Turismo Rural y Comunitario desde la Cooperativa Multisectorial Juan Francisco Paz Silva, de la Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM – Estelí) Municipio de Achuapa”*

Machado, E, Chaviano, y Hernández, A, (2007). *“Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba”*.

Méndez A & Padilla L. (2017). *“Diseño de producto turístico” Managua– Nicaragua.*

Ministerio de comercio exterior y Turismo (MINCETUR, 2014) *“Manual para la planificación de Productos turísticos”*, recuperado de:  
[https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos turismo](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos_turismo)

Navarro, D, (2015). *“Recursos Turísticos y atractivos Turísticos: conceptualización, clasificación y valoración”*.

Oficina de Información Turística (OIT- León) *“Afluencia turística 2014-2018”*

Organización Mundial del Turismo, *“Glosario Turístico”* (OMT,1994)

Organización Mundial del Turismo, *“Glosario Turístico”* (OMT,2001)

Organización Mundial del Turismo, *“Glosario Turístico”* (OMT,2002)

Organización Mundial del Turismo, *“Glosario Turístico”* (OMT,2007)

Organización Mundial del Turismo, “*Glosario Turístico (OMT,2016)*”

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO,2017). Recuperado de [www.unesco.org/new/es/santiago/culture/cultural-heritage/](http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/cultural-heritage/)

Panosso, A., Lohman, G. (2012). *Demanda turística. Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas*, México.

Ruiz, M, (2010) “*Metodología de la Investigación*”, recuperado de <https://metodologiadelainvestigacion.wordpress.com>



## Ficha del producto turístico (p. 2/3)

### Descripción detallada del producto

### Atractivos ancla y descripción

### Demanda

Datos importantes (cifras): \_\_\_\_\_

### Itinerario sugerido

### Facilidades

Atractivos ancla	Señalización interna	Teléfono	SSH	Estacionamiento	Seguridad	Rampa discapacitados	Restaurante/Cafetería	Horarios de visita / precios
								Horario:
								Costo:
								Dirección:
								Horario:
								Costo:
								Dirección
								Horario:
								Costo:
								Dirección:

## Ficha del producto turístico (p. 3/3)

### Época de visita/Clima

#### Servicios en el centro de soporte más cercano

Hoteles	Sí ( ) No ( )	Guías	Sí ( ) No ( )	Venta de artesanías	Sí ( ) No ( )
Hostales	Sí ( ) No ( )	Albergues	Sí ( ) No ( )	Oficinas de turismo	Sí ( ) No ( )
Restaurantes	Sí ( ) No ( )	Resorts	Sí ( ) No ( )	Internet	Sí ( ) No ( )

#### Distancia entre los atractivos ancla

Desde	Hasta	Total tiempo (aprox.)	Total kms. (aprox.)

#### Actividades complementarias a desarrollar

**Actividad 1:** \_\_\_\_\_  
Descripción: \_\_\_\_\_  
Horario: \_\_\_\_\_  
Costo: \_\_\_\_\_  
Ubicación: \_\_\_\_\_

#### Operadores que comercializan el producto

Operadores locales: \_\_\_\_\_  
Operadores mayoristas: \_\_\_\_\_  
Operadores minoristas: \_\_\_\_\_

#### Fotografías

#### Mapas

## **Anexo 2: Entrevistas**

### **ENTREVISTA A LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE ACHUAPA**

Estimados funcionarios estamos solicitándole unos minutos de su tiempo, para conocer su opinión acerca de la elaboración de un producto turístico en el municipio de Achuapa, para optar al Título de Gestión de Empresas Turísticas. Puede suspender la entrevista cuando quiera o no responder alguna pregunta si así lo desea. ¿Si usted me lo permite, podemos comenzar?

#### **I. - Información General.**

**Nombre y Apellidos:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

- 1- ¿La alcaldía cuenta con estrategias para el desarrollo turístico de Achuapa?
- 2- ¿Existen alianzas con empresas privadas para impulsar la implementación de productos turísticos?  
¿Cuáles son?
- 3- ¿Cómo institución considera usted que el turismo aporta a la sostenibilidad (económica, social, cultural y ambiental) del municipio de Achuapa?
- 4- ¿En qué periodo se visita más el municipio de Achuapa?
- 5- ¿Cómo institución considera que los establecimientos turísticos aportan la calidad necesaria para la práctica del turismo?
- 6- ¿De qué forma aporta la institución para el desarrollo turístico del municipio de Achuapa?
- 7- ¿Cuenta la Institución con la capacidad de gestionar fondos para impulsar el turismo en el municipio de Achuapa?

### **Entrevista a INTUR**

Estimados funcionarios estamos solicitándole unos minutos de su tiempo, para conocer su opinión acerca de la elaboración de un producto turístico en el municipio de Achuapa, para optar al Título de Gestión de Empresas Turísticas. Puede suspender la entrevista cuando quiera o no responder alguna pregunta si así lo desea. ¿Si usted me lo permite, podemos comenzar?

#### **I. - Información General.**

**Nombre y Apellidos:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

- 1- ¿INTUR, cuenta con estrategias para el desarrollo turístico de Achuapa?
- 2- ¿Existen alianzas con empresas privadas para la conservación de productos turísticos? ¿Cuáles son?
- 3- ¿Cómo institución considera usted que el turismo aporta al enriquecimiento del municipio de Achuapa?
- 4- ¿En qué periodo se visita más el municipio de Achuapa?

5- ¿Cómo institución considera que los establecimientos turísticos aportan la calidad necesaria?

6- ¿De qué forma aporta la institución para el desarrollo turístico del municipio de Achuapa?

7- ¿Cuenta la Institución con la capacidad de gestionar fondos para impulsar el turismo en el municipio de Achuapa?

### **ENTREVISTA A EMPRESARIOS**

Estimado empresario solicito de manera formal su valiosa colaboración en facilitarme información requerida en la presente entrevista, la cual será utilizada para la elaboración de un producto turístico en el municipio de Achuapa, para optar al Título de Gestión de Empresas Turísticas. Es por ello solicito responda de forma objetiva a la presente entrevista.

#### **I. - Información General.**

**Nombre y Apellidos:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

- 1- ¿Tipo de empresa?
- 2- ¿Servicios que ofrece?
- 3- ¿Cantidad de trabajadores en su empresa?
- 4- ¿En su local usted ofrece calidad y competitividad?
- 5- ¿Usted ha observado incremento en la visita de turistas a su establecimiento?
- 6- ¿En qué periodo visitan más los turistas su establecimiento?

\_\_\_ Vacaciones de semestre \_\_\_ Fin de año \_\_\_ Invierno \_\_\_ Verano \_\_\_ Semana Santa

7- ¿El personal que labora en su negocio recibe capacitación para ejercer bien su trabajo?

8- ¿Cuál de estas instituciones le brinda apoyo en capacitaciones?

\_\_\_ Alcaldía Municipal \_\_\_ INTUR \_\_\_ Otros \_\_\_ Ninguno \_\_\_ Iniciativa propia.

### **ENTREVISTA A LIDERES COMUNITARIOS.**

Estimado líder comunitario solicito de manera formal su valiosa colaboración en facilitarme información requerida en la presente entrevista, la cual será utilizada para la elaboración de un producto turístico en el municipio de Achuapa, para optar al Título de Gestión de Empresas Turísticas. Es por ello solicito responda de forma objetiva a la presente entrevista.

#### **I. - Información General.**

**Nombre y Apellidos:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

- 1- ¿Qué coordinación existe entre ustedes y la alcaldía municipal?
- 2- ¿Cómo es la afluencia de turistas en las comunidades de Achuapa?
- 3- ¿En qué temporada asisten más los turistas?
- 4- ¿Qué proyectos Turísticos se han desarrollado en la comunidad?
- 5- ¿Qué beneficios han traído estos proyectos a los habitantes de la comunidad?
- 6- ¿Qué tipos de proyectos le gustaría realizar en la comunidad?
- 7- ¿Cuáles son las principales actividades económicas del sector?
- 8- ¿Cuál es su opinión acerca de la implementación de la actividad turística en la comunidad?

**Anexo 3:**

**Encuesta a pobladores del municipio de Achuapa del departamento de León.**

Somos estudiantes de la carrera de Gestión de Empresas Turísticas de la UNAN-LEÓN, el motivo de la presente encuesta es para diseñar un producto turístico como aporte al desarrollo del municipio de Achuapa, para optar al Título de Gestión de Empresas Turísticas.

**Sexo:** Femenino\_\_\_ Masculino\_\_\_ **Edad**\_\_\_ **Comunidad**\_\_\_\_\_  
**Ocupación**\_\_\_\_\_

**1- ¿Qué lugares del municipio consideras atractivos para realizar actividades turísticas?**

---

**2- ¿Conoce que actividades turísticas se están realizando actualmente en el municipio de Achuapa?**

Caminatas\_\_\_ cabalgatas\_\_\_ Campismo\_\_\_ Excursiones\_\_\_ senderismo\_\_\_

**3- ¿Te gustaría que el municipio de Achuapa sea reconocido turísticamente?**

Si\_\_\_ No\_\_\_ tal vez\_\_\_

**4- ¿Estaría dispuesto a trabajar prestando algún servicio turístico?**

Si\_\_\_ No\_\_\_ tal vez\_\_\_

**5- ¿Considera que las actividades turísticas le traerán beneficios a la población de Achuapa?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_ tal vez\_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

**6- ¿Considera que el turismo puede traer aspectos negativos para el municipio de Achuapa?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_ tal vez\_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_



**7- ¿Cuáles de estos beneficios cree que traerán consigo el desarrollo turístico para el municipio?**

- Emprender un nuevo negocio\_\_\_\_\_
- Diversifica la economía local\_\_\_\_\_
- Genera empleo local \_\_\_\_\_
- Integración a la actividad turística\_\_\_\_\_
- Promueve las actividades culturales del municipio de Achuapa\_\_\_\_\_
- Promueve la conservación y el uso responsable de la zona\_\_\_\_\_

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

**Anexo: 4**

**Encuesta para turistas nacionales.**

Somos estudiantes de la carrera de Gestión de Empresas Turísticas de la UNAN-LEÓN, el objetivo de esta encuesta es saber el motivo de su viaje y si estaría dispuesto a conocer el municipio de Achuapa, departamento de León con un producto turístico que aporte al desarrollo del municipio y optar al título de Gestión de Empresas Turísticas.

**Sexo:** F\_\_\_ M\_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_ **Procedencia**\_\_\_\_\_ **Ocupación**\_\_\_\_\_

**Grado de escolaridad:**

Universitario: \_\_\_\_\_ Técnico: \_\_\_\_\_ Bachiller: \_\_\_\_\_

**1. Nivel de ingreso:**

Alto: \_\_\_\_\_ Medio\_\_\_\_\_ Bajo\_\_\_\_\_

**2. Gasto promedio por día en su viaje.**

Córdobas\_\_\_\_\_ Dólares\_\_\_\_\_

**3. ¿Cuál es su tiempo de estadía en la ciudad de León?**

Medio día\_\_\_\_\_ Un día\_\_\_\_\_ Dos a tres días\_\_\_\_\_ Una semana\_\_\_\_\_ Mas de una semana\_\_\_\_\_

**4. ¿Cuál es el motivo de su viaje?**

Naturaleza\_\_\_ cultura\_\_\_ Trabajo\_\_\_ Familia\_\_\_ Formación\_\_\_ Actividades religiosas \_\_\_\_\_

**5. Persona con quien viaja:**

Solo\_\_\_ En pareja\_\_\_ Con amigos\_\_\_ En familia con niños\_\_\_ En familia sin niños \_\_\_ Grupo organizado\_\_\_\_\_

**6. Formas de organización de viaje:**

Por cuenta propia\_\_\_ Tour operadora\_\_\_ Con agencia de viaje\_\_\_ otra\_\_\_Cuál\_\_\_\_\_

**7. ¿Qué actividades le gusta o le gustaría realizar cuando visita un destino turístico?**

City Tour\_\_\_ senderismo\_\_\_ Cabalgatas\_\_\_ Camping\_\_\_ Otras\_\_\_ Cuáles\_\_\_\_\_

**8. ¿Con qué frecuencia le gustaría realizar estas actividades?**

Una vez al año\_\_\_ Dos veces al año\_\_\_ otra\_\_\_ Cuántas\_\_\_\_\_

**9. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a invertir en las actividades?**

Una hora\_\_\_ Dos horas\_\_\_ Tres horas\_\_\_ medio día\_\_\_ todo el día \_\_\_\_\_

**10. ¿En qué meses de año preferiría realizar estas actividades?**

Enero a Marzo\_\_\_ Abril a Junio\_\_\_ Julio a Septiembre\_\_\_ Octubre a Noviembre\_\_\_

**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las actividades?**

\$20-\$30\_\_\_ \$31-\$40\_\_\_ \$41-\$50\_\_\_ \$51-\$60\_\_\_ otros ¿Cuánto? \_\_\_\_\_

**12. ¿A través de qué tipo de Publicidad selecciona sus destinos turísticos?**

Reportaje tv\_\_\_ Brochures\_\_\_ Revistas\_\_\_ Internet\_\_\_ Oficina de información turística\_\_\_ Ferias internacionales\_\_\_

Agencias de viajes\_\_\_ Recomendaciones\_\_\_ otras\_\_\_

**13. ¿Conoce el municipio de Achuapa?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

**14. Si su respuesta fue sí ¿Considera que es un destino turístico?**

Sí \_\_\_ No \_\_\_ ¿por qué? \_\_\_\_\_

**15. Si su respuesta fue no ¿Le gustaría conocer el municipio de Achuapa?**

Sí \_\_\_ No \_\_\_

**16. ¿Cuántos días estaría dispuesto a pernoctar en el municipio de Achuapa?**

Un día \_\_\_ Dos días \_\_\_ Tres días \_\_\_ Una semana \_\_\_ Mas de una semana \_\_\_

**17. Tipo de hospedaje en el que gustaría alojarse**

Hotel \_\_\_ Hostal \_\_\_ Casa de Huésped \_\_\_ Casa Familiar \_\_\_ Campamentos \_\_\_

**18. Cualquier sugerencia o recomendación**

---

**¡Gracias por su colaboración!**

**Survey for National and foreign tourists.**

We are students of V of the career of Management of tourist companies of UNAN-LEÓN. The objective of this survey is to know the reason for your trip and if you are willing to know the municipality of Achuapa, department of León as a tourist destination.

**Sex:** W \_\_\_ M \_\_\_ **Age:** \_\_\_ **Country** \_\_\_ **Occupation** \_\_\_\_\_

**School grade:** university: \_\_\_ **technical:** \_\_\_ **High school:** \_\_\_ **others:** \_\_\_\_\_

**1. Income level:**

High: \_\_\_ Medium \_\_\_ Low \_\_\_

**2. Average expenditure per day when traveling.**

Córdoba \_\_\_ or Dollar \_\_\_

**3. What is your time spent in the city of León?**

One day \_\_\_ Tow days \_\_\_ Three days \_\_\_ One week \_\_\_ More than week \_\_\_

**4. What is the reason for your trip?**

Nature \_\_\_ culture \_\_\_ Work \_\_\_ Family \_\_\_ Training \_\_\_ Religious activities \_\_\_.

**5. Person with whom you travel:**

Only \_\_\_ As a couple \_\_\_ With friends \_\_\_ As a family with children \_\_\_ as a family without children \_\_\_  
Organized group \_\_\_

**6. Forms of travel organization:**

On own account \_\_\_ Tour operator \_\_\_ With travel agency \_\_\_ other \_\_\_ Which \_\_\_

**7. What activities do you like or would like to do when visiting a tourist destination?**

City Tour \_\_\_ Trekking \_\_\_ Horseback Riding \_\_\_ Camping \_\_\_ Other \_\_\_ Which \_\_\_

**8. How often would you like to do these activities?**

Once a year \_\_\_ Twice a year \_\_\_ another \_\_\_ How many \_\_\_

**9. How much time would you be willing to invest in the activities?**

One hour \_\_\_ Two hours \_\_\_ Three hours \_\_\_ half day \_\_\_ all day \_\_\_

**10. In which months of the year would you prefer to carry out these activities?**

January to March \_\_\_ April to June \_\_\_ July to September \_\_\_ October to November \_\_\_

**11. How much would you be will to pay for the activities?**

\$ 20- \$ 30 \_\_\_ \$ 31- \$ 40 \_\_\_ \$ 41- \$ 50 \_\_\_ \$ 51- \$ 60 \_\_\_ other \_\_\_ how much \_\_\_

**12. Through what type of advertising do you select your tourist destinations?**

Report tv \_\_\_ Brochures \_\_\_ Magazines \_\_\_ Internet \_\_\_ Tourist information office \_\_\_ International fairs \_\_\_ Travel agencies \_\_\_ Recommendations \_\_\_ others \_\_\_ Which \_\_\_

**13. Do you know the municipality of Achuapa?**

Yes \_\_\_ not \_\_\_

**14. If your answer was yes, do you consider it a tourist destination? Why? \_\_\_\_\_**

**15. If your answer was no, would you like to know the municipality of Achuapa?**

Yes \_\_\_ not \_\_\_

**16. How many days would you willing to stay in the municipality of Achuapa?**

One day \_\_\_ Tow days \_\_\_ Three days \_\_\_ One week \_\_\_ More than week \_\_\_

**17. Type of accommodation you would like to stay.**

Hotel \_\_\_ Hostel \_\_\_ Guest house \_\_\_ Family house \_\_\_ Camp \_\_\_

**18. Any suggestions or recommendations \_\_\_\_\_**

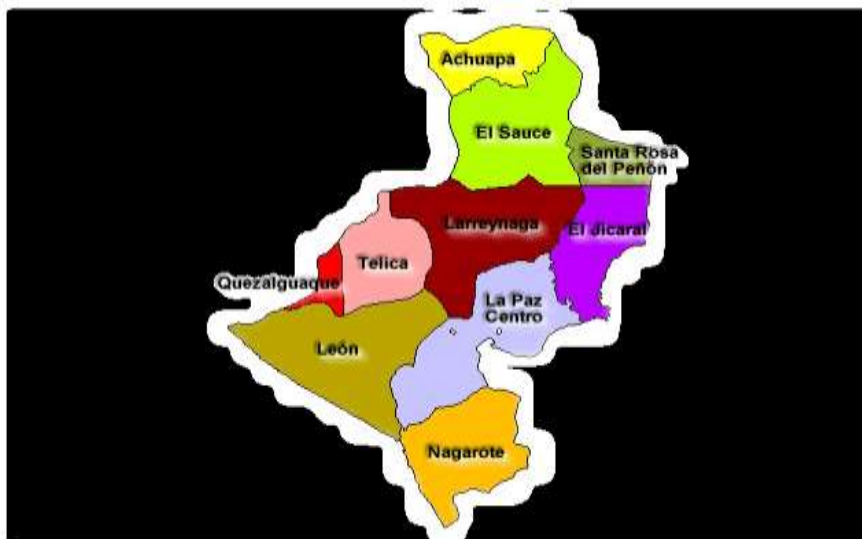
*Thank you for your cooperation*

## Anexo 5: Mapas

### Micro localización



### Macro localización



## **Anexo 6: PRESUPUESTO**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Hojas Blancas	5	1	5
Lapicero	4	16	64
Impresión Protocolo	3	74	222
Impresión encuestas	2	3	6
Fotocopias encuestas	206	1	206
Alojamiento	2	250	500
Alimentación	9	50	450
Recargas	6	50	300
Pasaje	3	360	1,080
Guía	1	200	200
Impresión de tesis	3	231	693
Reproducción de tesis(empastado)	3	451	1,353
CD Tesis	1	100	100
<b>Total</b>			<b>C\$ 5,179</b>



## **Anexo 8. Fotografías**



Iglesia San Sebastián



Medios interpretativos encontrados en el cerro el Waylo, Las Brisas y Finca Calamina.





Vista desde el Cerro El Waylo



De camino hacia Finca Calamina



Junto a don Esteban,  
propietario de Finca Calamina



Productos que ofrece Finca Calamina



Comida vegetariana con productos orgánicos cosechados en la finca



Postre orgánico con café borbón el grano especial cultivado en la zona



Conociendo las cabañas

## Parque de feria

