

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA DE CIENCIAS EMPRESARIALES



FACULTAD: **TURISMO**

CARRERA: **ADMINISTRACION TURISTICA HOTELERA**

**ESTUDIO DE LA DEMANDA DEL PARQUE  
HERTYLANDIA DEL 1997 - 2004**

ASIGNATURA: **INVESTIGACION DIRIGIDA I**

DIRECTOR: **Alvaro Banchs**

PRESENTADO POR: **Claudia Alejandra Niocaragua Guiso**

*Managua, 26 de Septiembre del 2007*

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA DE CIENCIAS EMPRESARIALES



Facultad:

Turismo

Carrera:

Administración Turística Hotelera

ESTUDIO DE LA DEMANDA DEL PARQUE  
HERTYLANDIA DEL 1997-2004

Asignatura:

Investigación Dirigida I

Director:

Álvaro Banchs

Presentado por:

Claudia Alejandra Nicaragua Guido

BIBLIOTECA  
U C E M

MANAGUA, 26 DE SEPTIEMBRE DEL 2007

No. Reg. 6219/17  
Fecha ingreso  
30/Ene/2017

# ÍNDICE

Capítulos	Nº Pág.
Capítulo Introductorio.....	1
A. Introducción.....	1
Justificación.....	1
Planteamiento del Problema.....	3
Objetivos.....	4
I. Capítulo Marco Teórico.....	5
B Antecedentes.....	6
Rasgos Generales.....	6
Atractivos.....	7
Diriamba.....	9
San Marcos.....	10
Niquinohomo.....	10
Masatepe.....	11
Hertylandia una diminuta replica de Disney.....	12
Hertylandia.....	13
Precios del parque.....	14
Servicios del parque.....	15
Área de bar y restaurante.....	15
II. Capítulo Desarrollo.....	17
C. Demanda del parque Hertylandia.....	18
I Etapa del parque.....	18
Actividades atractivas.....	23
Las Estrategias.....	24
II Etapa del parque.....	25
Problemas presentados.....	26
Estrategias fallidas.....	27
Estrategias.....	27
III. Capítulo Metodológico.....	28
D. Diseño Metodológico.....	29
Tipo de Investigación.....	29
Fuentes de Información.....	29
Objetivos.....	29
Procesamiento de la información.....	30
Entrevistas.....	31
IV. Capítulo Concluyente.....	32
E. Conclusiones.....	32
V. Anexos.....	34

BIBLIOTECA  
U C E M

## I Capítulo Introductorio

### A. Introducción.

Nicaragua es un país que se encuentra en el centro del istmo Centro americano, que a manera de angosto puente une las dos grandes masas Norte América y Sur América, con una extensión territorial de 130,000 kilómetros cuadrados y aproximadamente 5 millones de habitantes; un país con gran carisma y gente amable, afable, trabajadora, con idiosincrasia natural y otros grandes atractivos.

Nicaragua es un vocablo de origen náhuatl cuya etimología Nic- Anahuatl que significa "Hasta Aquí" (llegamos), también posee exuberante belleza natural, en su flora y fauna (áreas silvestres), ofreciendo amplias opciones a la educación, la investigación, la recreación, al ecoturismo y turismo alternativo.

La flora y fauna de Nicaragua es neotropical debido a la condición tropical que se extiende desde México hasta Argentina.

Nicaragua mejor conocido como "Tierra de Lagos y Volcanes", ya que cuenta con numerosos ríos, lagunas, lagos, mares, islas interiores, cayos vecinos a sus costas, abundantes volcanes, cordilleras y llanuras.

Al sur se encuentra un lindo departamento llamado Carazo sobre el litoral Pacífico en lo que se conoce como "Meseta de los Pueblos" a 45kms de Managua; es un Departamento que cuenta con un agradable clima, caracterizándose por una buena distribución de las lluvias durante todo el año, su cabecera departamental Jinotepe cuenta con uno de lo parques de diversiones más grandes de Centroamérica Hertylandia en donde la naturaleza y la diversión se entrelazan en un sano ambiente familiar.

Hertylandia es un proyecto turístico que abarca 48 manzanas de terreno, que se encuentra bordeado por nueve torreones con unos ídolos de piedra en toda la estructura del parque, una característica muy peculiar es su bosque de 500.000 plantas ornamentales y está ubicado en el kilómetro 47 de la carretera Jinotepe, San Marcos.

En este estudio se desea realizar un análisis de la demanda del parque Hertylandia y al mismo tiempo hacer de este trabajo un instrumento de estudio para los estudiantes de turismo y promover el mejoramiento del turismo en Nicaragua.

**Objetivos.**

*General.*

Analizar el comportamiento de la demanda turística del parque HertyLandia en el periodo de 1997 al 2004.

*Específicos.*

Conocer que estrategias implementó el parque HertyLandia para atraer al mercado turístico en el periodo 1997 – 2004.

## II Capítulo Teórico

### B. Marco Teórico.

#### Antecedentes.

Es de mucha importancia mencionar que el centro turístico a estudiar es el parque de diversiones Hertylandia, como tal es un parque en grandes magnitudes de 48 manzanas de terreno, este está ubicado en Jinotepe-Carazo a tan solo 45 KM de Managua, en el KM 47 de la carretera Jinotepe - San Marcos y a pocos minutos de la carretera panamericana.

En la linda ciudad Jinotepina se encuentra uno de los parques de diversiones más grandes de Centroamérica, que fue fundada el 11 de febrero de 1883, con una extensión territorial de 257km Cuadrados y esta ubicada exactamente en las coordenadas 11°51' de la latitud norte 86°12' de longitud oeste, que limita al norte con los municipios de San Marcos y Masatepe (departamento de Masaya), al sur con el océano pacífico, al este con los municipios del Rosario y Santa Tresa, al oeste con los municipios de Diriamba y Dolores, sus principales vías de acceso son la carretera panamericana que rodea la parte norte de la ciudad, la cual enlaza a Jinotepe por la parte norte con la ciudad capital y por el sur con Rivas y Peñas Blancas; la otra vía enlaza a Jinotepe con San Marcos.

Se caracteriza por numerosa afluencia de turistas ya que posee un agradable clima y bellas estampas atractivas para los visitantes y cuenta con un intenso intercambio comercial con los de más pueblos de la meseta y con la misma capital por su fuerte producción de granos básicos y café.

Jinotepe está, ocupando el segundo lugar en extensión territorial en el departamento, es una de las principales poblaciones del pacífico de Nicaragua por estar en la parte más alta de la meseta caraceña con una altitud sobre el nivel del mar de 569.10mts.

El municipio se sienta sobre una planicie casi obsoleta, con leve inclinación hacia el sureste, cuenta con cinco kilómetros de costa marítima en el océano pacífico y con un bello balneario conocido como Huehueté. El municipio es atravesado por numerosos ríos, pero el Río Grande es el más importante en la región.

Mapa de Carazo.

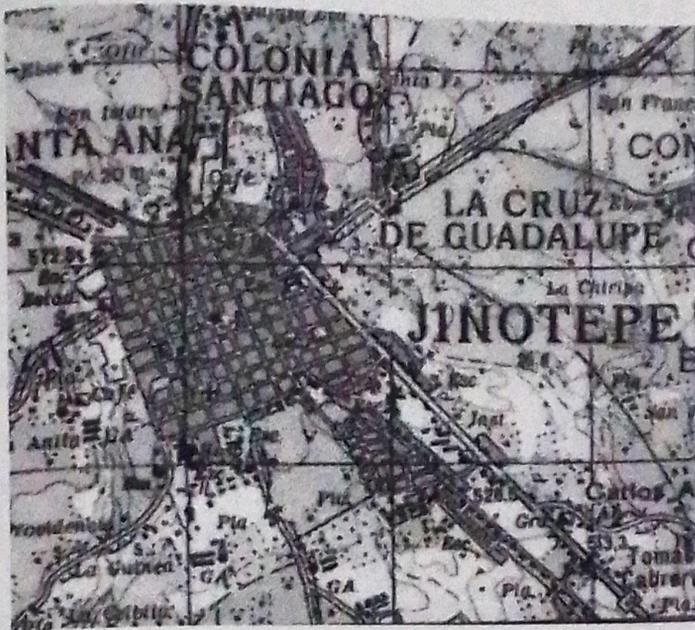


### **Rasgos Generales.**

Jinotepe "Cerro Pelón" este término que le da el lingüista Carlos Mántica en su libro "El habla Nicaragüense." Dista mucho que Jinotepe mejor conocida como los campos de Chilote o "Xilotepel" nombre con el que los indígenas llamaron a las frescas planicies de lo que hoy es la atractiva ciudad de Jinotepe que se han conviertió en las ricas plantaciones de café que rodean a esta hospitalaria población de la meseta de los pueblos con una leve inclinación hacia el sureste y cuenta con cuatro causes naturales El pastor, El tigre, Tewiche y Quebrada Grande que bordean la ciudad por el noreste.

Es una ciudad que cuenta con todos los servicios básicos de una ciudad moderna con excelentes carreteras asfaltadas, servicios telefónicos de alta tecnología, servicio de internet, sucursales bancarias, colegios de alto prestigio, televisión por cable, universidades privadas y autónoma, estaciones de radio, empresas de transporte expresos inter rural, supermercados, estadio deportivo, un hotel con excelente prestigio, restaurantes de muy buena calidad, diversidad de discos modernas, un parque de diversiones y un pujante comercio interno que en los días de semana la ciudad mantiene una febril actividad económica, ya que todos los negocios incluyendo los tramos del mercado municipal abren sus puertas hasta las últimas horas de la tarde.

Los jinotepinos son muy trabajadores, sin embargo por nada del mundo dejan de celebrar el 25 de Julio la fiesta del patrón Santiago Apóstol, la ciudad se viste de gala y los jinotepinos se convierten en los mejores anfitriones del mundo. Al aproximarse las fiestas una imagen pequeña del santo recorre en procesión las comunidades rurales de los municipios vecinos, culminando con una misa campal en las costa del mar en Veracruz de Acayo, en el municipio de Santa Teresa; otras de las actividades religiosas importantes en la ciudad son las de San Antonio de Padua el 13 de junio, La Gritería el 07 diciembre y Guadalupe el 12 de diciembre, también Jinotepe es conocida como una de las ciudad más limpia de Nicaragua y a sido galardonada con el título de ciudad más limpia en nuestro país. *Fuente Secundaria (Gobierno de Nicaragua INFON y AMUNIC. Jinotepe, departamento de Carazo, Managua Nicaragua Imprimates artes graficas, en mayo de 1997.)*



*Mapa Físico de la ciudad de Jinotepe.*

### **Atractivos.**

La carretera Panamericana a tan solo unos segundos, es la carretera de mayor importancia y más traficada en Nicaragua ya que conecta al país con el resto de los países centroamericanos, por el sur con Costa Rica, por el norte con Honduras, esta carretera en laza a todo el departamento de carazo empezando por el sur con La Paz de Carazo, Santa Teresa, El Rosario, hasta seguir con la ciudades más importantes que son Jinotepe cabecera departamental y Diriamba; esta última es una linda ciudad que esta ubicada al oeste de Jinotepe.

### **Diriamba.**

Antes del tiempo de la colonia, Diriamba fue la casa de los indios del cacique diriangen a principios de la colonia. El cacique Diriangen acordó negociaciones con los españoles y luego seleccionó un sacrificio para el mismo y entro a una cueva llena de tigres. La leyenda de este cacique es tomada y conocida por todos lo habitantes de Diriamba.

La ciudad es caracterizada por una arquitectura neoclásica al rededor de los 150 años atrás. Las plantaciones de café dominan el área rural seguidas por los ranchos de ganadería otro atractivo son las playas de la Boquita, Casares y la Maquina en la épocas de verano para el turista en general, esta última es una reserva natural situada en una vieja finca en donde se puede practicar el ecoturismo.

Cuenta con uno de los mejores estadios de football de Nicaragua y el equipo local llamado Diriangen es quien usualmente se disputa la copa con el Real Estelí.

Diriamba es un área importante por las celebraciones relativas con el güegüense, es una obra teatral que fué declarada obra maestra oral y patrimonio de la humanidad por la UNESCO en el 2005.

### **San Marcos.**

La ciudad de San Marcos esta muy cercana al parque Hertylandia a 2 Km. de distancia, también cercana a Managua, y a las otras ciudades del mismo Carazo, Masaya y Granada. En la ciudad se puede apreciar una arquitectura neoclásica y hay una gran diversidad de hoteles y restaurantes. *Fuente Secundaria (Departamento de carazo, Dollar Rent a Car, "nicaragua más cerca"; <http://www.dollar.com.ni/>)*

Es la ciudad natal del general Anastasio Somoza García, llamado Tacho (1896-1956) Militar y político nicaragüense, nacido en San Marcos y fallecido en Ancón (Pan.). Hijo de un rico plantador de café, que estudió en Estados Unidos.

Herrera y el ex presidente José María Moncada nace en Mazatepe (1871-1945) militar, político y escritor nicaragüense. Luego de ejercer de profesor y periodista, luchó contra Zelaya en la revolución de 1910, con el apoyo de Estados Unidos, consiguió ser elegido presidente de la República (1929-1932). El 19 de febrero del mismo año aprueba la ley de creación de la guardia nacional. *Fuente Secundaria (Gobierno de Nicaragua INFON y AMUNIC. Masatepe, departamento de Masaya, Managua Nicaragua Imprimates artes gráficas, en mayo de 1997).*

Continuando con la trayectoria de grandes personalidades es imposible dejar de mencionar a otro personaje notable en la historia de Nicaragua, como es el señor Benjamín Zeledón quien Murió a 20 minutos del parque Hertylandia, precursor de la lucha antiimperialista de Nicaragua ocupaban posiciones en el Cerro El Coyotepe y La Barranca, departamento de Masaya. El resto de las tropas liberales combatían en Carazo y los pueblos aledaños, así como en los departamentos de León y Chinandega.

El 4 de octubre de 1912 se retira hacia Jinotepe, cabecera departamental de Carazo con la certeza de encontrarse con el resto de las fuerzas liberales, pero en el camino viejo Diriá-Nandaime cae herido por balas asesinas disparadas por las fuerzas conservadoras y poco después es asesinado. El Gral. Benjamín Zeledón fue masacrado y arrastrado hasta la fortaleza. *Fuente Secundaria*  
<http://www.manufat.org/masaya/coyotepe.htm>

Más halla siguiendo la dirección que hemos traído, desviándose a la altura de San Marcos está uno de los atractivos turísticos más importantes en la actualidad, el cual es el parque de diversiones Hertylandia.

### **Hertylandia una pequeña replica de Disneylandia en Nicaragua.**

En 1955 Herty visita Disneylandia en California a la edad de 14 años y comienza a soñar en como sería un parque de estos en su tierra y es así que 39 años más tarde decide repetir la historia de Disney a miles de kilómetros de distancias, es decir construir un gigantesco parque en el corazón de Carazo.

Herty es el niño soñador que da forma a sus pensamientos todos los días y uno de sus grandes sueños lo realiza en una propiedad de cien manzanas en lo que anteriormente era una hacienda cafetalera de la familia Baltodano y aún se conserva infraestructura de la finca que data de 90 años ubicada en la salida de la carretera Jinotepe, San Marcos construye un enorme parque de diversiones con un préstamo que realizó en un banco de 1,200,000 dólares luego decide ponerle Hertylandia para hacerle honor a su nombre. El parque abrió sus puertas al mercado en abril de 1994 teniendo una excelente aceptación.

### **Hertylandia.**

Es un proyecto turístico que se encuentra en el kilómetro 47 carretera Jinotepe, San Marcos que fue construido por el señor Herty Lewites en su ciudad natal con el propósito de realizar su sueño de tener su Disneylandia.

Es un proyecto que aun no se termina de completar en su totalidad, hay partes de este proyecto que no se han construidos como lo son: la gallera, el hipódromo y las piscinas olímpicas.

El parque cuenta con nueve torreones al estilo colonial que le dan realce a toda la estructura, Hertylandia brinda al visitante una entrada fuera de lo común al ingresar al centro a través de un agradable y frondoso bosque es un parque en donde la naturaleza y la diversión se entrelazan en un ambiente familiar, su misión es como la de toda empresa turística brindar facilidad al turista que viene a tratar de distraerse, eliminar un poco el estrés, entretenerse, obtener diversión sana y por supuesto brindar servicios adecuados con calidad al turista en general, con respecto a su visión es ampliar los servicios y brindar facilidad para encontrar el parque ya que se encuentra en

Estudio de la Demanda Turística del Parque Hert y Landia del Año 1997-2004

- Lanchas Chocotas. este es un juego que se desarrolla en un lago artificial que tiene capacidad de circulación de 30 lanchas, para niños y adultos con un costo de C\$ 10.00 los 7 minutos.
- El Tren. es una excelente forma para iniciar un pequeño recorrido por el parque con un costo de C\$ 10.00 el ticket.
- Casa de Brujas. es similar a una casa de susto, donde con mucha ingeniosidad se logra asustar a los visitantes con un costo de C\$ 5.00 por persona.
- Castillo con varios juegos. para niños de 1 año hasta niños de 10 a 11 años:
- Enzoos. son juegos para niños de 1 a 9 años con un costo de C\$ 10.00.
- Gran Prix. es una pista de autos de carrera, tanto para adultos como para niños mayores de 9 años tiene una longitud aproximada de 650mts con un costo de C\$ 15.00 el minuto.
- Ovni. es una especie de laberinto en el que podrás demostrar la habilidad del niño su costo es de C\$ 10.00.
- Juegos Electrónicos. diversas maquinas tanto de videos como para atrapar peluches, sube y baja, robot, avioncitos y muchos más los costos para esta diversión son de C\$ 5.00.
- La jungla. se puede observar a tarzan en la lucha por salvar a jane, novia de tarzan se realiza en una panga en medio de un río artificial y luego bajan de la panga y son perseguidos en la jungla (acto para todas las edades) con un costo de C\$ 10.00 el ticket.
- Casa del Espejo. en donde se puede ver gordo, delgado, alto o bajo (acto para todas las edades) C\$ 10.00 el ticket.
- Tiro al Blanco. el turista puede liberar el estrés tirando con flechas y demostrar su puntería en un ambiente muy parecido al oeste (apto para todas las edades) C\$ 5.00 el ticket.
- Burrítas. Es un carrusel de burritas vivas, que giran alrededor de un eje, donde los niños pueden disfrutar sin ningún peligro (este juego es para niños menores de 8 años) con un costo de C\$ 5.00 el ticket.

### III Capítulo Desarrollo.

#### C. Demanda del Parque Hertylandia.

La demanda Potencial para este parque incluye dos segmentos de población; uno conformado por la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que arriban anualmente a la Ciudad de Jinotepe; y el otro esta conformado por la población urbana.

Cabe señalar como referencia la población urbana, ya que Hertylandia está dirigida a clase media, por lo cual el ingreso de la población rural es menor en comparación con la urbana la cual participa de manera directa o indirecta en los servicios del Parque turístico Hertylandia.

En el municipio de Jinotepe la población está distribuida de la siguiente manera, 29,343 habitantes en el área urbana, que equivale al 65% y 15,800 habitantes del área rural que equivale al 35%. En el caso de población joven, tenemos que corresponde a 7,881 habitantes, lo que equivale al 27 % de la población total urbana, y al 17 % de la población total del municipio. <http://www.fundaciondesafios.org/jinotepehtml03abril2007>

#### Barrios Urbanos

1. San José (Cementerío)
2. San Antonio
3. San Juan
4. San Felipe
5. Reparto Santa Ana
6. Colonia Luis Rodríguez C. E Navarrete
7. Aura Ortiz
8. Colonia Santiago
9. Reparto Ana Virgen Nobles
10. Pila Grande
11. Luis Medrano
12. Reparto José Antonio Sánchez
13. La Antena

- 14 Sector Unel Chávez
- 15 Reparto Ernest Thalman
- 16 El Socorro
- 17 Tomas Cabrera
- 18 Los Mameyes 1 y 2
- 19 Reparto San Rafael
- 20 Reparto San Martín (Omar Torrijos)
- 21 Reparto 25 julio
- 22 Reparto 5 julio
- 23 Reparto 19 julio
- 24 Reparto Desirre (Luis M. Cerda)
- 25 Reparto Carlos Núñez T
- 26 Villa Madre Proletaria
- 27 Villa Esperanza
- 28 Francisco González
- 29 Reparto Israel Lewites

Habitante urbano en la ciudad de Jinotepe es de 1,011 habitantes por barrio y a continuación se muestra la Población de la ciudad de Jinotepe.

<b>Población Actual</b>	41,415 ( 100% )
<b>Población Hombres</b>	19,879 ( 48 % )
<b>Población Mujeres</b>	21, 536 ( 52% )
<b>Población Urbana</b>	29,314 ( 70.8% )
<b>Población Rural</b>	13,101 ( 29.2% )

<http://www.fundaciondesafios.org/jinotepehtml03abril2007>

En el siguiente cuadro se puede apreciar la demanda del parque Hertylandia, partiendo 1,997. Reflejándose únicamente los ocho años que comprende el estudio.

**Demanda del Parque**

<b>AÑO</b>	<b>TURISTA</b>
1997	28,800
1998	37,440
1999	48,672
2000	34,070
2001	30,090
2002	23,849
2003	20,241
2004	18,000
<b>Total</b>	<b>241,162</b>

A continuación se muestra la demanda proyectada por la administración del parque. Reflejándose únicamente los ocho años que comprende el estudio (1997-2004).

**DEMANDA PROYECTADA**

<b>AÑO BASE</b>	<b>AÑO</b>	<b>3%</b>	<b>TURISTA</b>
1	1997	3%	36,000
2	1998	3%	46,800
3	1999	3%	60,840
4	2000	3%	79,092
5	2001	3%	102,820
6	2002	3%	133,666
7	2003	3%	173,766
8	2004	3%	225,796

Finalmente se refleja un cuadro comparativo entre la demanda proyectada y la demanda real que ha tenido el parque Hertylandia en el periodo comprendido desde 1997-2004.

**Cuadro Comparativo entre la Demanda Real y la Demanda Proyectada  
1997-2004**

<b>AÑO</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Demanda Real</b>	<b>Diferencia entre Real y Proyectada</b>
1,997	36,000	28,800	7,200
1,998	46,800	37,440	9,360
1,999	60,840	48,672	12,168
2,000	79,092	51,070	28,022
2,001	102,820	30,090	72,730
2,002	133,666	23,849	109,817
2,003	173,766	20,241	153,525
2,004	225,796	18,000	207,796
<b>Total</b>	<b>858,780</b>	<b>258,162</b>	<b>600,618</b>

### **I Etapa del parque**

Hertylandia en los primeros años de su apertura se ubicó como pionero en Nicaragua en la categoría de turismo ecológico y alternativo llenando las expectativas de conservación y desarrollo al medioambiente con exitosa apertura aún cuando Nicaragua se encontraba no muy desarrollada en la industria turística, pero el parque continuaba teniendo presencia en el mercado, sin embargo en (1999) tuvo un déficit de 7,200, visitantes correspondiente a la proyección de este año la cual fue de 36,000 visitantes y la demanda real para este año fue de 28,800 personas.

Habiendo cumplido ya el parque Hertylandia dos años de apertura seguía estando presente con una buena aceptación, encontrándose en esta etapa con una demanda relativamente buena, por lo que reflejo en el 1998 un ascenso en su demanda real de 37,440, teniendo a si una diferencia de 8,640, con respecto al año anterior que era de 28,800, también reflejo un déficit de 9,360 visitantes, lo cual no pudo alcanzar su meta de 46,800 visitantes proyectadas para este año, sin embargo el parque generaba recursos monetarios suficientes para sus propietarios continuando así por mucho tiempo y llevando beneficios sociales a la población mediante empleos de diferente índole como cargos ejecutivos y personal de servicio.

El parque Hertylandia inició operaciones aun cuando la ley de incentivos turísticos no existía, por que es hasta en el año de 1999 que la ley de incentivos para la industria turística de la republica de Nicaragua ley Numero (Nº 306) que empieza a promover el desarrollo de la industria turística. Y en este mismo año en el 99, la demanda del parque continuo reflejando un ascenso de 48,672 con una diferencia de 11,232 visitantes con respecto al año anterior que era de 37,440 y Teniendo un déficit este año de 12,168 con respecto a su demanda proyectada que era de 60,840 visitantes.

Para este año se esperaba un incremento más relevante debido a la ley de incentivos turísticos y únicamente reflejo un ascenso correspondiente al año anterior pero no lleno las expectativas de la administración.

2000, la demanda fue de 51,070 con una diferencia de 2,398 con respecto al año 99 que era 48,672 y con un déficit de 28, 022 con respecto a la proyección de 79,092. Tomado de fuentes secundarias (folletos) facilitados por el parque.

El parque hertylandia mantuvo su demanda anual con unas cifras entre los 11,000 los 8,000 turistas en todo el periodo de los noventa, abarcando así el año dos mil. Lo que le permitía seguir presente en el mercado y el comentar entre la población seguía latente.

Entre la población se escuchaban preguntas como. ¿Has ido a Hertylandia?, ¿en que juego te montaste?, ¿pasaste por la jungla o fuiste al castillo?, ¿Has probado la comida? Es de muy buena calidad y la atención no se diga y así sucesivamente, se rumoraba, comentaba lo bueno que era todo.

#### **Actividades atractivas.**

En esta época se ofrecían diferentes actividades en las instalaciones del parque, sin ningún costo de las que podían disfrutar como:

- ❖ Show los días viernes de diferentes grupos folclóricos al aire libre, mostrando así una diversidad de cultura de nuestro país para el visitante (verano del 1998 y del 1999).
- ❖ en el aire de restaurante se podía disfrutar de música en vivo, para crear un ambiente más acogedor (diciembre de 1999).
- ❖ Payasos y algunos con zancos, también malabarista que se encontraban cercanos al restaurante, gitanas para leer la buena fortuna en la que consistía en

decirte tu suerte mediante las cartas y se podía percibir un ambiente de fiesta y alegría para los niños. (toda la temporada del año).

### **Las estrategias.**

- ❖ Paquetes a bajos precios. Que constaban en brindar la entrada, a la parte seca y hacer uso de uno de los juegos a un precio razonable (temporada de verano).
- ❖ Rifas entre los visitantes, consiste en la realización de una rifa de diferentes premios en la que el visitante puede participar, tan solamente por el usos de más de tres veces de cualquiera de los juegos (Automáticamente participaba).
- ❖ Descuentos del 10% en la entrada del parque en caso de que el grupo personas fuese grande. ( temporada de Verano, se mantuvo hasta el 2000)
- ❖ Pases dobles este consiste en comprar una ticket y es valida para dos personas al área seca. (temporada de vacaciones escolares)
- ❖ Entradas gratis a instituciones sociales sin fines de lucro en algunas ocasiones (pipitos, conanca, entre otras).
  
- ❖ Spot publicitarios transmitidos en canales nacionales en horarios adecuados, logrando a si el alcance deseado, debido a que utilizaron canales con mayor cobertura, en un horario en que el porcentaje tele audiencia fuese mayor. (temporadas altas, verano y fin de año)
- ❖ Brochures, full color, con el mensaje adecuado y bien estructurado, distribuido en lugares estratégicos como: universidades, colegios, supermercados, centros comerciales, estaciones de buses, etc. *Entrevista realizada a un trabajador antiguo Carlos Rivera*

## **II Etapa del Parque.**

En esta etapa se empieza a notar un descenso, teniendo un cambio en el parque y poco a poco se empieza a percibir una serie de errores.

En el 2001 la demanda fue de 30,090 visitantes al año, con una diferencia de 20,980, ya que el año anterior es de 51, 070 y los números empiezan a reflejarse negativos en la diferencia entre el año anterior y el actual, también encontramos un déficit de 72, 730 con respecto al lo proyectado que corresponde a 102, 820.

Por razones de cambio de imagen y crear una imagen más ordenada y al mismo tiempo obtener más ingresos, en este año se decidió suspender la presentación de los grupos folclóricos y música en vivo en el restaurante, cobrar por los servicios de la gitana, los payasos y malabaristas ubicados en la área de juegos y brindar sus servicios únicamente en casos de que se realizarán actividades especiales, como: piñatas en el parque, todo esto bajo resoluciones de la nueva administración, ya que por razones personales no se pudo seguir trabajando con la misma administración.

2002 En este año se puede apreciar que la demanda es de 23,849 y la diferencia con respecto al año anterior es de -6,241, mostrando así un déficit, ya que la demanda del 2001 fue de 30,090, y reflejando resultados negativos en su demanda proyectada, por lo que muestra, un déficit de 109,817, correspondiente a la proyección de 133,666.

La demanda del 2003 fue de 20,241 y se refleja una diferencia de -3,608 por lo consiguiente no lograron sobre pasar la cantidad de visitantes correspondientes al año anterior que fue de 23,849, también reflejo un déficit de 153,525 de acuerdo a su proyección que era de 173,766.

El turista empieza a quejarse del servicio y sentirse insatisfecho debido a la deficiencia en la calidad de los servicios y los cambios realizados por la nueva administración.

En el 2004 en este último año fue de 18,000 visitantes con una diferencia 2,241, siguiendo con el curso que ha traído desde el 2001, en este año no pudo superar la cantidad correspondiente al año anterior que es de 20,241 visitantes y obteniendo a su vez un déficit de 207,796, correspondiente a su proyección de 225,796, para este año se esperaba que se incrementara un poco en la temporada de verano ya que algunos ríos del país se encontraban contaminados, pero no fue así, debido a la deteriorada imagen que había venido construyendo en los últimos años. Desde el 2001 la demanda del parque se ha venido debilitando poco, a poco. *Tomado de fuentes secundarias (folletos) facilitados por el parque.*

#### **Problemas presentados.**

- ❖ Apagones en el área del parque, por lo cual el voltaje de la energía se sube y se baja, y en algunos momentos apenas alcanza para alimentar lámparas y uno que otro bombillo lo que da un mal funcionamiento en el parque, causado por un mal sistema eléctrico, (Abril del 2002)
- ❖ En el área de los animales se percibía falta de higiene, mostrando así que no cuenta con servicio de limpieza (temporada de fin de año 2001).
- ❖ En el restaurante falta de calidad en el servicio, no se servían los pedidos en el tiempo adecuado.

#### **Estrategias fallidas.**

- ❖ Publicidad no adecuada, Spot publicitarios transmitidos en canales nacionales en horarios vespertinos en la época de verano, no tuvieron el alcance deseado, debido a que no se utilizó un canal de mayor transmisión en un horario de mayor alcance. (año 2002)
- ❖ Brochures, de tres caras en papel normal, no se utilizaron las letras adecuadas, por que difícil de entender debido a los juegos de colores que utilizaron, ya que eran

muy bajos con fondos luminosos que apagaban la vista, el mapa de ubicación del parque era muy pequeño. Septiembre- Diciembre del 2001

- ❖ Error en el spot, este fué transmitido en un canal nacional en lo meses de invierno, acercándose fin de año con el objetivo de darle publicidad al parque e invitando a una recreación sana, pero el spot esta dirigido a turistas veraneantes, por que estaba enfocado únicamente al área húmeda del parque y no aparecían imágenes de la parte seca, lo que quiere decir que se encontraba enfocado hacia la época de verano. (Septiembre diciembre 2003)

#### **Estrategias.**

- ❖ Entradas gratis a instituciones sociales sin fines de lucro en ocasiones especiales (a los pipitos en 20004).
- ❖ Pases dobles este consiste en comprar un ticket y es valida para dos personas al área ceca. (dependencia de la temporada) *Entrevista realizada a un trabajador antiguo Carlos Rivera*

## VI Capítulo Metodológico

### D. Diseño Metodológico

#### Tipo de investigación.

El estudio es analítico y descriptivo.

#### Análisis:

Por que mediante el presente trabajo se analizo la situación de la demanda del parque, el entorno, estrategias implementadas y problemas de administrativos del parque Hertylandia.

#### Descriptivo:

Porque se muestran las descripciones de las generalidades del centro en estudiado y las características del mismo.

#### Fuentes de Información.

Primaria: Personas entrevistadas y observación.

Secundaria: Documentos. Internet, revisión bibliográfica, documentación del parque, revistas y Periódicos.

#### Objetivo.

Analizar el comportamiento de la demanda turística del parque HertyLandia en el periodo de 1997 al 2004.

#### Objetivo 1

Conocer que estrategias implementó el parque HertyLandia para atraer al mercado turístico en el periodo 1997 al 2004.

## Entrevista.

Jinotepe – Carazo,

(Mayo del 2005)

Con el propósito de Conocer el desarrollo y funcionamiento del Parque Hertylandia. Efectuamos una pequeña entrevista a algunos pobladores de la ciudad de Jinotepe acerca del "proyecto, parque de diversiones Hertylandia", con el fin de conocer, lo que la población está demandando. (Inquietudes, necesidades, observaciones y sugerencias) de la población, con respecto al proyecto.

1. Al mencionarle Hertylandia, sabe de lo que le estoy hablando.
2. considera que el parque Hertylandia ha ayudado al desarrollo turístico en esta ciudad.
3. cual es su comentario en relación a la administración del parque Hertylandia (mal servicio, mala atención o mala publicidad).
4. considera usted que la publicidad utilizada por el parque ha sido suficiente para el reconocimiento entre la población.
5. conoce algunas mejoras o cambios que se hayan efectuado en el parque, el cual haya ayudado con su difusión entre la población.
6. y para terminar, considera usted que al realizarse un cambio administrativo en el cual incrementara la publicidad, e invirtiera en infraestructura y actividades atractivas en el parque, lograría una mejor aceptación entre la población.

## V Conclusiones.

### E. Conclusión.

Mediante la realización de un largo trabajo investigativo en el que se pudo describir y analizar la demanda de uno de los centros turísticos de diversión más importantes de la región. "El proyecto parque de diversiones Hertylandia en estudio" refleja que en los primeros años de su apertura fue un gran éxito, logrando mantenerse así un tiempo. Luego se encontró que generaba ganancias, pero no igual a sus años iniciales y empieza a reflejar poco a poco un descenso en su demanda, la que comienza a bajar cada vez más, lo que ocasionó como consecuencia el no poder superar las proyecciones estipuladas por su administración, por lo que se concluye que el parque Hertylandia contó con una mala administración y sin una campaña publicitaria adecuada que le permitiera desarrollar las estrategias correctas, ya que se encontraron los siguientes problemas:

1. En el 2001 se realizó un cambio de administración el cual no ayudó de mucho, y por razones de cambio de imagen se realizaron cambios como. Las actividades que se brindaban gratis (malabaristas, gitanas, payasos entre otros), de gratuito pasaron a ser pagadas.
2. Desaseo en el área de los animales, lo que ocasionó una mala imagen del parque para el turista (fin de año del 2001).
3. Problema en el sistema eléctrico en abril del 2002.
4. Los turistas empiezan a quejarse de la atención y el servicio brindado, por la administración del parque, con respecto al restaurante.
5. En el 2002 con un comercial televisivo no lograron el alcance deseado, debido a que no se utilizaron los medios adecuados (un horario de menor audiencia, un canal de poca transmisión)

6. Errores en el diseños de la publicidad como brochures, ya que no se empleo la letra, ni el juego de colores más idóneo (Septiembre - Diciembre 2001)

7. publicidad en el tiempo erróneo, en los mese de Septiembre - Diciembre del 2000, en época de lluvias se presentó en un canal televisivo un comercial con imágenes del área acuática el parque. El comercial se encontraba enfocado, para turistas veraneantes, por lo que no se logró lo esperado.

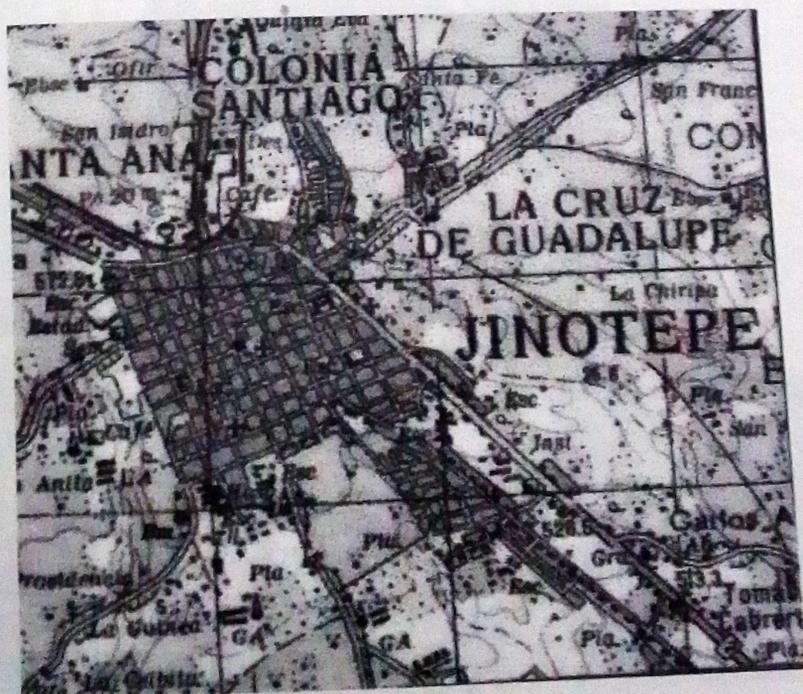
De acuerdo a lo expuesto anteriormente el parque Hertylandia no ha podido alcanzar su punto de equilibrio en el mercado y sus objetivos, para así llegar a ser un parque de diversiones más complejo y versátil.

El presente estudio se elaboro con el propósito de promover el progreso en la administración de los CT (centros turísticos) y contribuir un poco con el mejoramiento en la calidad del servicio.

## VI Anexos.



Ubicación de Carazo en el mapa.



Mapa físico de Jinotepe.