

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA – UNAN MANAGUA
FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA – FAREM ESTELI

TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN TURISMO SOSTENIBLE

Propuesta de Marketing Turístico para el Desarrollo Socio Económico de la
Quinta San RAPHAEL del Cañón, Valle de Sonis, Municipio de Somoto
Departamento de Madriz, II Semestre 2014

Autoras: Jessy Hidalgo
Lanuza & Indira
Vásquez Cuadra



**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN – Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria
Recinto Leonel Rugama -FAREM- Estelí**

Seminario de Graduación

**Tesis para optar al Título de
Licenciatura en Turismo Sostenible**

Tema:

Propuesta de marketing turístico para el desarrollo socio económico de la quinta San Raphael del cañón, Valle de Sonis, Municipio de Somoto departamento de Madriz, II semestre 2014.

Autoras:

Jessy Nayeriz Hidalgo Lanuza
Indira Massiel Vásquez Cuadra

Tutora:

MSc. Aminta Briones

Estelí, 20 de Enero 2015



DEDICATORIA

“El éxito en la vida va ligado con el crecimiento personal, profesional y con el amor que uno mismo se tenga”

“El éxito es la aplicación diaria de la disciplina.”

Dedicamos este trabajo a Dios en primer lugar, por cuidarnos cada día de nuestra vida, haciéndonos más fuerte cada vez y enseñándonos a recorrer los caminos de la vida siempre por el camino del bien. Sin su compañía y sus fuerzas para todos los días de nuestra vida, no hubiésemos podido llegar hasta aquí, gracias a que nos dio la oportunidad de ser las personas, que somos, personas de bien dispuestas a apoyarnos mutuamente entre nosotros.

Agradecemos especialmente a nuestros padres, por habernos apoyado en todo momento de nuestra vida y brindarnos su apoyo incondicional y hacernos llegar hasta donde estamos en este momento apoyándonos en este proceso de nuestra vida profesional.



AGRADECIMIENTO

“Dar gracias a Dios por lo que se tiene, allí comienza el arte de vivir”

Agradecemos a Dios por habernos permitido llegar hasta donde estamos, permitiéndonos desarrollarnos y alcanzar nuestro objetivo en la vida y nuestras metas hasta el momento, brindándonos para ello la sabiduría y perseverancia para poder realizar nuestras jornadas de trabajo.

Agradecemos a todas las personas que se vieron involucradas en nuestra formación académica, a nuestros docentes a lo largo de este periodo de aprendizaje en toda la carrera para llegar hasta donde estamos, poniéndolo en práctica, para el desarrollo de este trabajo.

En especial al Lic. Saúl Obando por habernos permitido trabajar en la Quinta San Rafael en el Cañón de Somoto, y brindarnos la información necesaria para desarrollar y cumplir cada uno de nuestros objetivos al momento de la ejecución de este trabajo.

A la MSc. Aminta Briones, docente de la Facultad Multidisciplinaria FAREM-Estelí, por su empeño en hacernos ser cada vez mejores, brindándonos seguridad para la realización de este trabajo con sus consejos, buscando nuestro bienestar en esta investigación, para que pudiésemos completar el camino hacia nuestras metas, como futuros profesionales del turismo sostenible.



RESUMEN EJECUTIVO

Este presente trabajo se realizó en el Cañón de Somoto, específicamente en la Quinta San Raphael, comunidad de Sonis municipio de Somoto, departamento de Madriz, situada en el área protegida Monumento Nacional del Cañón de Somoto, con la existencia de una variedad de atractivos y servicios turísticos que posee la Quinta San Rafael que no están siendo potencializados debido a la falta de estrategias de marketing turístico, y a la mala organización con las tour operadoras encargadas de la comercialización de dicho destino.

La propuesta de marketing turístico para el desarrollo socio económico de la quinta San Raphael del Cañón de Somoto, Valle de Sonis tiene un enfoque cuali-cuantitativo, siendo el método aplicado el inductivo. Las técnicas que se utilizaron fueron: la revisión documental, la aplicación de entrevistas, dirigidas a dos grupos de interés: la empresa y los visitantes de la quinta, la observación del entorno con la utilización de herramientas de ayuda tales como: toma de fotografías y anotaciones.

Entre los principales resultados obtenidos se puede destacar las estrategias de marketing turístico, y los impresionantes atractivos, servicios de la Quinta San Raphael tanto como naturales, históricos, estructurales con características excepcionales y la disponibilidad e interés del propietario de la quinta por incrementar la actividad turística en su propiedad.



INDICE

INTRODUCCIÓN	7
ANTECEDENTES	9
TEMA	10
OBJETIVO GENERAL	11
Objetivos específicos.....	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
PREGUNTAS DEL PROBLEMA	13
JUSTIFICACIÓN.....	14
MARCO TEORICO	15
Turismo.....	15
Marketing turístico:.....	18
Paquetes turísticos.....	25
Áreas protegidas.....	26
Área protegida Reserva Natural La Serranía Tepesomoto La Pataste	26
FACTORES QUE FACILITAN E IMPIDEN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FODA.	27
Análisis FODA.....	28
PREGUNTAS DIRECTRICES	29
HIPÓTESIS.....	30
DISEÑO METODOLÓGICO.....	31
Unidades de Análisis	31
RESULTADOS.....	34
Capítulo I: Entorno geográfico, socioeconómico en que se encuentra ubicada Quinta San Raphael.	34
Capítulo II. Descripción del Área Protegida, Monumento Nacional “Cañón de Somoto”	52
Capítulo III: Situación actual de los servicios Turísticos de la Quinta San Raphael	61
Capitulo IV: Propuestas de Estrategias de Marketing Turístico de la Quinta San Raphael	67
Capítulo V: Diagnóstico del nivel de satisfacción del visitante.	74



*Propuesta de Marketing Turístico Para el Desarrollo
Socio Económico de Quinta San Raphael, Valle de Sonís*

CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	82
ANEXOS	83
Bibliografía	96



INTRODUCCIÓN

El turismo en la actualidad representa para la industria, un crecimiento importante a nivel mundial, Nicaragua siendo el país más grande de centro América (130,000 km cuadrados), con un potencial natural y cultural único en la región, acoge a diario una cantidad considerable de turistas que vienen a conocer sus bellos escenarios en todo lo que se refiera a turismo.

El turismo rural comunitario en Nicaragua es muy relevante, en los últimos años las cooperativas y familias campesinas, comunidades, asociaciones se han organizado y puesto en marcha iniciativas turísticas a lo largo de todo el país, es un turismo gestionado y promovido por los propios pobladores del campo que encuentran en esta actividad un rubro económico una forma más de complementar su economía. Todas estas propuestas constituyen una alternativa de desarrollo para promover nuevos atractivos y servicios turísticos de municipios pocos conocidos o desarrollados en la actividad turística.

Según boletín estadístico del INTUR 2013, el turismo constituye una de las principales actividades generadoras de ingreso y empleo, ubicándose como el número uno en el país aportando así millones de dólares en este año.

Expertos de la organización mundial del turismo sostienen que nuestro país tiene un gran potencial turístico, que es importante para la reducción de la pobreza. El desarrollo del turismo ayuda a mejorar el acceso a los servicios básicos de salud, agua potable, energía renovable y educación, con el turismo rural comunitario también se crea el aspecto de identidad e integración en los miembros de la comunidad.

La UNAN-Managua a través de la carrera de turismo sostenible busca promover un turismo alternativo (turismo rural, agroturismo, ecoturismo, etc.) para fomentar el desarrollo de los sectores locales, garantizar la permanencia de los recursos y proyectar nuevos, es por ello que nuestros trabajos investigativos de seminario de graduación son enfocados la mayoría del tiempo en áreas protegidas para reforzar la teoría adquirida durante la carrera de turismo sostenible con la experiencia en el campo.

En el departamento de Madriz ubicado en la región norte de Nicaragua se localiza la reserva natural Tepesomoto - La Pataste y el "Monumento Nacional Cañón de Somoto", este último compartido por dos municipio: San Lucas y Somoto. El cañón es una estructura geológica que se caracteriza por ser una de las formaciones rocosas más antiguas de Centroamérica, conocida también por los lugareños como "La Estrechura" o "Namancambre". El Área Protegida posee importantes fuentes hídricas como el río Tapacali, cuyas aguas nacen en la parte montañosa de los municipios La Sabanas y Cusmapa, que junto río Comali procedente de la República de Honduras se unen para formar el río Coco.



*Propuesta de Marketing Turístico Para el Desarrollo
Socio Económico de Quinta San Raphael, Valle de Sonís*

Esta investigación se realizó en la zona rural del municipio de Somoto en la comunidad de Sonis mejor conocida como el Cañón de Somoto, durante el segundo semestre del año 2014, donde se realizó una propuesta de marketing turístico para el desarrollo socioeconómico para la Quinta San Raphael.

Dicha propuesta tiene como finalidad promover la Quinta San Raphael, como un destino turístico nacional e internacional ya que uno de sus mayores atractivos es su ubicación en el área protegida en el Monumento Nacional Cañón de Somoto, siendo su fuente hídrica uno de los ríos más largos de centro américa.

Para la realización de esta investigación estamos trabajando con el apoyo del administrador de la Quinta San Raphael, quien facilito información y apoyo, así como la UNAN-FAREM Estelí a través de la tutora de seminario de tesis.

El documento posee la suficiente información para la elaboración de la propuesta de marketing turístico ya que en el vienen contenidos los datos necesarios para la elaboración de estrategias de marketing para el desarrollo turístico, y provocar el surgimiento de su demanda como un nuevo destino en la zona del Cañón de Somoto.



ANTECEDENTES

En Nicaragua podemos decir que el termino turismo y la aplicación de este suceso socioeconómico es relativamente nuevo por lo cual, hay muchos destinos que apenas están siendo conocidos en esta actividad y por ende necesitan muchas estrategias de marketing para poder evolucionar en esta materia, y es aquí donde se empiezan a realizarse estudios para poder determinar qué tipo de estrategias serán implementadas por los prestadores de servicios turísticos.

Quinta San Raphael ubicada en el Área Protegida Monumento Nacional al Cañón de Somoto es un establecimiento que presta los servicios de alojamiento y una serie de actividades turísticas, pero siendo este un destino nuevo realizaremos una propuesta de marketing turístico para su desarrollo socioeconómico, tomando en cuenta estudios ya realizados por estudiantes de la FAREM-Esteli para obtener la información necesaria para este trabajo.

Los primeros trabajos realizados en la Quinta fueron para ampliar la oferta de sus servicios turísticos.

En el año 2012, se realiza una propuesta de desarrollo turístico en la elaboración de un mariposario. También la propuesta de un zoo criadero de iguana verde, ya que el lugar presta las condiciones para salvaguardar la especie.

En el 2013 se continuó con el estudio de la propuesta del mariposario, siendo estos los estudios realizados en la propiedad.

Es importante señalar los aportes obtenidos de estas investigaciones para la realización de este trabajo.



TEMA

Propuesta de marketing turístico para el desarrollo socio económico de la Quinta San Raphael del Cañón de Somoto, Valle de Sonís, Municipio de Somoto Departamento de Madriz, II Semestre 2014.



OBJETIVO GENERAL

- Elaborar una propuesta de marketing turístico que contribuya al desarrollo socioeconómico de la Quinta San Raphael en el Área Protegida Monumento Nacional Cañón de Somoto, departamento de Madriz durante el periodo del segundo semestre 2014.

Objetivos específicos

- Caracterizar el entorno geográfico, socioeconómico y cultural en que se encuentra ubicada la Quinta San Raphael.
- Evaluar la situación actual de los servicios turísticos de la quinta san Rafael.
- Proponer estrategias de marketing turístico para el fortalecimiento y posicionamiento de la quinta San Rafael en el mercado nacional e internacional.
- Diagnosticar el nivel de satisfacción de los visitantes.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El crecimiento de las empresas dedicadas al turismo en el país y específicamente en el norte, han tenido en los últimos años un despegue económico en el sector rural, siendo este un factor económico muy importante para la población.

La Quinta San Raphael es una empresa privada que ofrece a sus visitantes una gran variedad de actividades y servicios turísticos entre ellos: cabañas acondicionadas, áreas de camping, sendero, paseos a caballo, renta de cuadraciclos, tour al cañón de Somoto, realizando también actividades de agro y eco turismo.

La investigación nos lleva a observar que las estrategias de marketing elaboradas por la quinta San Raphael no han sido óptimas para su desarrollo económico, estas fueron publicitarias con poca duración y trabajo en conjunto o alianzas con otras tour-operadoras las cuales no han obtenido los resultados esperados.

Sin embargo debido a la poca publicidad y demanda la quinta tiene que tomarse a la tarea de mejorar su plan estratégico de tal manera que siga posicionándose en el mercado.



PREGUNTAS DEL PROBLEMA

¿Qué tipo de estrategias usa la Quinta San Raphael?

¿Cómo las estrategias de marketing mejoraran la demanda de Quinta San Raphael?

¿Cuáles serán las estrategias implementadas por la Quinta San Raphael?



JUSTIFICACIÓN

La investigación de marketing turístico surge por la necesidad de identificar cual es el posicionamiento que ha alcanzado la quinta San Raphael en el ciclo de su vida, la percepción que tienen los visitantes acerca de los diferentes servicios que oferta y las estrategias que se están implementando para lograr un mayor crecimiento y posicionamiento en el mercado, ya que se puede observar que actualmente tiene poca influencia de los clientes, se desconoce cuáles son las principales causas de las mismas.

Este estudio se realizó con el fin de incrementar la demanda de la Quinta San Raphael mediante la implementación de estrategias para brindar un mejor servicio turístico.

De igual manera se pretende que mediante la implementación de esta propuesta se logre ampliar las oportunidades de trabajo en la comunidad y a su vez lograr una participación activa de los pobladores en este proceso de desarrollo.

Las estrategias turísticas vendrán a complementar la oferta, donde obtendremos un desarrollo socioeconómico y la incrementación de turistas que visiten la quinta, porque es de suma importancia destacar el potencial turístico que posee la Región Norte del País, como también los esfuerzos que se están realizando para el mejoramiento y ampliación de la oferta.

Además por las relaciones intersectoriales existentes, generan indirectamente producto, empleo e inversión a través de sectores de la economía y puede tener un impacto importante en el nivel de competitividad, eficiencia y rentabilidad de las asociaciones, cooperativas o tour-operadoras de la zona, así también la promoción de la identidad comunitaria.



MARCO TEORICO

Los ejes teóricos desarrollados en la investigación son la mezcla de turismo y la inserción de estrategias de marketing turístico.

Turismo

Es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocio u otros motivos. A su vez, la persona que realiza turismo recibe la denominación de turista o visitante que pernocta. (Novas, 2006)

Se denomina turista o visitante que pernocta a aquella persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por un periodo superior a las 24 horas, diferenciando este concepto del correspondiente al visitante de día o excursionista cuya estancia es menor a este tiempo. Generalmente se denomina turista a la persona que viaja por motivos de vocación, ocio o recreo, aunque en la actualidad debido el desarrollo de esta actividad la motivación del viaje se ha ampliado y se extiende a otras categorías como: visitas a familiares y amigos, tratamientos de belleza, salud, negocios, motivos profesionales, religiosos etc. (Novas, 2006)

El turismo a su vez, se fundamenta en un sistema de relaciones entre el sujeto (turista) y el objeto turístico (localidad, empresa u organizaciones turísticas). Para el sujeto, el turismo es un conjunto de cosas que le son facilitados por el objeto turístico, mientras que para el objeto turístico, el sujeto es el destinatario de los servicios que el produce. (Novas, 2006)

El turismo se clasifica en interno, receptor y emisor.

El turismo interno: comprende a los residentes de la misma zona que viajan a un destino distinto al de su residencia habitual por un periodo de tiempo no superior de un año. Este tipo de turismo origina notables beneficios económicos dentro de nuestro país ya que es un tipo de turismo bastante frecuente. (Novas, 2006)

Turismo receptor: incluye a los no residentes en un determinado país o región, que viajan a otro país que no es el suyo por un periodo no superior al año. Este tipo de turismo produce una entrada de riqueza procedente del exterior por lo cual es muy importante desde el punto de vista económico.



El turismo emisor: engloba a los residentes de un país que se desplazan a otro país distinto al suyo. Este turismo provoca una pérdida de riquezas desde el punto de vista económico, ya que los turistas nacionales gastan su dinero en el extranjero y no dentro de nuestras fronteras. (Novas, 2006)

Tipos de turismo:

Turismo comunitario: El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de los miembros de comunidades locales. El turismo comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afro descendiente propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias, defender, revalorizar los recursos culturales y naturales locales. (Saavedra, 2004)

Ecoturismo: El término ecoturismo empezó a usarse hace cerca de treinta años y ha sido sujeto de gran debate en cuanto su definición. Actualmente el auténtico ecoturismo representa una opción viable de conservación del patrimonio natural y cultural de los pueblos, fomentando al mismo tiempo la noción del desarrollo económico sustentable. (Saavedra, 2004)

El Turismo Rural: Es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño, ofreciendo un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios. El agroturismo, el turismo ecológico y el ecoturismo son algunas de las modalidades que, de acuerdo a sus características, pueden incluirse dentro del turismo rural. (Saavedra, 2004)

Turismo Rural Comunitario: Es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto. (Saavedra, 2004)

Turismo de aventura: Se trata de la actividad turística que implica un viaje hacia un área remota o que incluye un plan donde pueden acontecer hechos inesperados. (Saavedra, 2004)

Potencial turístico: Es el plan de desarrollo turístico o la construcción de instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista se puede incluir los efectos asociados tales como la creación de empleos o la generación de ingresos. (Saavedra, 2004)



Alojamiento: Alojamiento es la acción y efecto de alojar o alojarse (hospedar, aposentar, colocar una casa dentro de otra). El uso más frecuente está vinculado al lugar donde las personas pernoctan o acampan, generalmente en medio de un viaje o durante las vacaciones. Los hoteles, los albergues y las posadas son tipos de alojamiento (Frades, 2007).

Dormitorio: Dormitorio es el nombre de la habitación (piezas o cuartos) usada sobre todo para el sueño o el descanso. Sin embargo, también puede utilizarse para otras actividades (leer, ver la televisión, vestirse etc.) (Frades, 2007)

En diferentes culturas, los espacios usados principalmente para otras actividades durante el día se convierten en dormitorios y durante la noche, mientras que en otras existen dormitorios específicos, que constituyen una parte importante de la casa, hogar o vivienda. (Frades, 2007)

Cabañas: Una cabaña es una vivienda sencilla, típicamente ubicada en áreas rurales o semirurales. Originalmente en la edad media las cabañas albergaron a trabajadores agrícolas y sus familias. Las cabañas eran unidades campesinas más pequeñas en un periodo temprano, una referencia documental a una cabaña significaría habitualmente que no era una vivienda independiente pequeña como hoy si no una vivienda y una granja completas. (Frades, 2007)

Senderismo: El senderismo es un deporte de aventura y resistencia física. Consiste en disfrutar de la naturaleza y del aire en caminatas a través de una ruta pre-establecida por un día o más. (Mariana Ciccolella)

Cabalgata: Una cabalgata no es otra cosa que una excursión a caballo. La idea básica es la exploración de la naturaleza y el paisaje en conjunto con el animal. El caballo es un medio de transporte y un amigo con el cual compartir, las vivencias que se tienen durante la excursión. (Mariana Ciccolella)

Pesca: La pesca. También llamada pesca industrial o comercial para distinguirla de la deportiva, es el conjunto de técnicas, procedimientos y sistemas que se utilizan con el fin de capturar animales acuáticos, tanto en aguas saladas como en aguas dulces. (Mariana Ciccolella)

Es una actividad humana muy antigua que representa una parte importante de su alimentación. Además. Con el desarrollo de la civilización y los conocimientos que adquirieron sobre la construcción de embarcaciones y de navegación, la pesca logro convertirse en una de las actividades económicas más importante. (Mariana Ciccolella)



Marketing turístico:

Es un sistema integrado de actividades especializadas de la administración de negocios cuya finalidad es identificar y satisfacer las necesidades, deseos del consumidor, alcanzar la meta corporativa de la rentabilidad.

(osorio, 2009) (phillip kotler, 2003)

Mezcla del Marketing

La mezcla del marketing es el conjunto de herramientas tácticas del marketing controlables que son producto, precio, plaza y promoción que la empresa combina para producir una respuesta dentro del mercado meta, para que pueda llegar al mercado con un producto y satisfacer una necesidad o deseo, con un precio conveniente. (phillip kotler, 2003)

El producto: es todo objeto, servicio o idea que se ha visto como provechoso para satisfacer una necesidad o deseo que representa la oferta de la empresa. Este es el resultado de un esfuerzo elaborado que se ofrece a los clientes con características determinadas. Producto como un bien o servicio que se ofrece o vende a los consumidores para cubrir sus necesidades. (osorio, 2009) (phillip kotler, 2003)

Atributos tangibles: son aquellos que tienen la capacidad de percibirse a través de los sentidos: tamaño, envase, empaque, entre otros.

Atributos intangibles: son los que no tienen la capacidad de percibirse a través de los sentidos (vista, oídos, entre otros.), marca servicio, calidad, entre otros.

Clasificación de los productos de consumo: en función de durabilidad y tangibilidad se pueden clasificar en duraderos y no duraderos.

Duraderos: productos cuyos usos no están limitados a unas cuantas ocasiones.

No duraderos: productos de uso limitados una o varias veces, una vez que se empieza a consumir se agota en un tiempo corto.

Las características que debe de contener todo producto: la marca, el envase, el logotipo, color diseño y slogan.

La marca: es la inversión patentada del producto algunas de sus características importantes es que debe de señalar las ventajas o características del producto, debe ser corta, fácil de pronunciar, no debe de ser genérica, debe estar estable en el tiempo, ser diferenciable, debe estar registrada y fácil de disciplinar. (juarez, 2009)



Oferta Turística: conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje) y tangibles (Atractivos naturales o creados) y servicios turísticos (Hoteles, restaurantes, recreación etc.) ofrecidos efectivamente al turista. (Crosbi, 2009)

Segmentación de mercado

Segmentación de Mercado: es dividir un mercado heterogéneo en submercados más pequeños y más homogéneos para hacer eficaz la acción del programa de marketing. (juarez, 2009)

Mercado meta: es un grupo de consumidores a quien la empresa dirige de manera específica sus esfuerzos de marketing. (juarez, 2009)

El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio: Es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes, en relación de los productos de la competencia. Se puede definir como la imagen de un producto que compiten directamente con él y con respecto a otros productos vendidos por la misma compañía. (phillip kotler, 2003)

Proceso de posicionamiento

- Segmentación del mercado.
- Evaluación del interés o varios objetivos.
- Identificación de las diversas posibilidades de posicionamiento para cada segmento escogido.
- Selección y desarrollo de un concepto de posicionamiento.

Imagen turística

La imagen en un destino turístico es hoy día uno de los hechos más estudiados en la investigación turística. La imagen influye en el comportamiento de los turistas de ahí que adquieran un gran protagonismo en los diferentes campos de investigación como son la sociología, la geografía y el marketing.

El concepto de imagen puede aplicarse a un candidato público, a un producto y un país. No describe las características o virtudes singulares si no la impresión global que causa en la mente de las personas. (Dichter, 1985)

Una imagen es un esquema mental desarrollado por el consumidor en base a pocas impresiones seleccionadas entre el aluvión de todas las impresiones. (Reynolds, 1985)



Se debe considerar que el concepto de imagen turística es multidimensional con respecto a los conceptos de bienes y consumos, otros tipos de servicios las diferentes dimensiones de estas imágenes pueden ser más fuertes o más débiles, también más o menos sobresalientes en diferentes momentos o para diferentes personas. La formación de la imagen turística es un ejercicio que los visitantes llevan a cabo antes del viaje, este flujo de información proviene de fuentes de información tales como percepciones a través de experiencias personales, opinión de amigos o familiares, fuentes de información del destino, fuentes de información de noticias independientes y medios masivos. (Reynolds, 1985)

Promoción Turística:

Miguel Ángel Acerenza en su libro Promoción Turística indica que:

“Es una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente en la cual se incluye las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales y otros medios entre los que se incluye también las relaciones publicas cuando estas se encuentran integradas al proceso de marketing” (199:52)

La Promoción como Elemento de Marketing Mix:

El concepto de promoción forma parte de la “mezcla de marketing”. Como enuncia Dahda” es una pieza fundamental en las estrategias de mercadotecnia y ha de armonizar o combinar con otros componentes” (1995:73)

“El plan de marketing mix, es la mezcla de los cuatro elementos o partes fundamentales, es decir producto, precio, plaza y promoción que combinados en las formas más adecuadas según el segmento de mercado posesionado harán posible el logro de los objetivos comerciales de la empresa”. (Villarroel, 1995:29) (Saavedra, 2004)

Estructura del plan de marketing

Un plan de marketing ha de estar bien organizado y estructurado para que sea fácil encontrar lo que se busca y no se omita información relevante.

El primer fin implica cierta redundancia. Debe haber, por fuerza, varias cuestiones que sean tratadas en otros tantos apartados para que, de este modo sea posible encontrarlas sin tener que adivinar el lugar de ubicación. El segundo exige que el plan recoja todas las posibles cuestiones y alternativas de una manera exhaustiva; así, una organización completa a no olvidar nada importante. (juarez, 2009)



Desarrollo de las Estrategias de Marketing

Trata las líneas maestras que hay que seguir para alcanzar los objetivos propuestos, incluyendo el análisis de las relaciones de los agentes contrarios: los competidores. (juarez, 2009)

Una definición que aclara bastante el concepto de estrategia en un entorno empresarial es “ el modo en el que la empresa pretende ganar dinero a largo plazo” es decir, el conjunto de acciones que la empresa pone en práctica para asegurar una ventaja competitiva a largo plazo.

Se excluyen las políticas coyunturales como precios de promoción, reducción de precios, cambios en la forma de distribución de los productos. Se trata de algo a más alto nivel: si hay que seguir, por ejemplo, una política de liderazgo en costos o, por el contrario, si hay que emprender una política de diferenciación de producto, entre otros.

Estrategias de Marketing

Una estrategia de marketing detalla cómo se lograra un objetivo de marketing. Mientras que los objetivos son específicos y medibles, las estrategias son descriptivas. (juarez, 2009)

Los objetivos de marketing tienen un ámbito muy estrecho, se relacionan con el comportamiento del consumidor. Las estrategias proporcionan una dirección para todas las áreas del plan de marketing. Las estrategias sirven como una guía para posicionar el producto, además sirven como referencia para desarrollar un “Marketing Mix” específico: producto, precio, plaza, promoción, publicidad, etc. Crear nuevos mercados o ampliar la cuota de mercado: una decisión estratégica crítica que debe tomarse es, si se prefiere crear un nuevo mercado o bien se elige ampliar la participación actual. Para responder a esta cuestión es conveniente tener conocimiento del producto y su ciclo de vida.

Con un producto nuevo puede ser más conveniente crear un nuevo mercado, ya que usualmente, quien entra en primer lugar mantiene una gran participación en el mercado cuando entran competidores. De todas formas, es más fácil ampliar la cuota de mercado que crear un nuevo mercado. (juarez, 2009)

Las Estrategias Generales más comunes son:

Estrategias nacionales, regionales y locales: Es posible desarrollar planes de marketing diferentes según las zonas geográficas, e incluso en una zona se puede tener en vigor un plan nacional y otro regional o local. En este caso se debe prestar especial atención a la coordinación para que no se produzcan contradicciones entre ellos.



Estrategias estacionales: las decisiones estratégicas deben considerar cuando anunciar o promocionar el producto. Aquí, el estudio al respecto realizado en el análisis de la empresa debe consultarse. Hay que considerar si se realizara mayor proporción en la temporada de venta alta, si se utilizaran promociones especiales en los meses bajos, entre otros.

Estrategia competitiva: si hay gran competencia en el sector en que nos movemos estaremos obligados a construir estrategias especiales hacia los competidores. Estas estrategias dependen de la situación; se puede intentar establecer el producto como diferente al de los competidores, o diferenciarlo del producto de un competidor específico, o puede realizar una promoción especial cuando se espera la llegada de un competidor importante.

Estrategia del mercado: sobre el estudio realizado para determinar el mercado al que va dirigido el producto se pueden construir estrategias. Podemos ampliar a un nuevo mercado, centremos en un mercado con gran potencial.

Estrategias del producto: se pueden estudiar usos alternativos del producto, o métodos para incentivar la fidelidad, se deben buscar formas más eficientes de fabricar el producto y métodos para aumentar su rentabilidad.

Estrategias del precio: un factor a considerar es si se fijaran precios inferiores o superiores a la competencia; ambas estrategias pueden originar resultados satisfactorios. Hay que determinar si los precios serán iguales en distintas áreas geográficas. Finalmente se estudia si se utilizara el precio para comunicar un posicionamiento. Es habitual fijar precios bajos para lograr una posición ventajosa frente a la competencia.

Estrategias de penetración, distribución y cobertura: este tema se desarrolla de diferente forma según si se trata de una venta a detallistas, un producto de masas o una empresa con clientes industriales. Hay que determinar en qué zona deben redoblar los esfuerzos, si se necesitan nuevos almacenes, el medio de transporte, la cobertura deseada, la penetración adecuada en los mercados existentes y en los nuevos.

Estrategias del personal de ventas: hay que determinar si se debe incorporar una estructura de personal de ventas en el plan de marketing. En este caso habrá que calcular ratios de ventas; si fuese necesario deben crearse lazos entre ventas y marketing.

Estrategias de gastos: estas estrategias detallan la distribución del presupuesto del plan de marketing. Hay que decidir si se incrementarían o disminuirían las ventas de productos, gamas, almacenes, regiones geográficas, o se atraerán más consumidores. En muchos casos es imposible incrementar las ventas sin aumentar el presupuesto. Hay que tener en cuenta todos los gastos.



Estrategias de promoción: las promociones se realizan para cubrir necesidades concretas en un periodo de tiempo limitado.

Instrumentos de promoción

La promoción turística hace uso de cuatro instrumentos para la información, persuasión, e influencia sobre el cliente: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales. (Saavedra, 2004)

Según Acerenza la publicidad comprende las " actividades emprendidas con el objeto de presentar a un grupo, un mensaje personal, oral, escrito o visual, con respecto a un producto, servicio o idea; patrocinado y diseminado por medios masivos de difusión. (Saavedra, 2004)

El segundo instrumento, la promoción de ventas, es definida como: actividades comerciales distintas a la publicidad de venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes efectivizándose por medio de displays, shows, exhibiciones, demostraciones y otros varios esfuerzos de ventas no frecuentes ni rutinarios. (Saavedra, 2004)

El tercer instrumento, las relaciones públicas tienen como razón " producir una buena imagen de la empresa en los distintos puntos del medio ambiente en el que este desarrolla sus actividades". Consiste en la estimulación no personal de la demanda, generando noticias comercialmente importantes, por medios de: viajes de familiarización, ferias y exposiciones turísticas, representaciones en el extranjero, oficinas de turismo, asociaciones empresariales, oficinas de convenciones, visitantes y centros de reservaciones. (Saavedra, 2004)

Por último la venta personal es el proceso individualizado, orientado a ayudar y persuadir a un cliente potencial a comprar un producto o servicio. (Saavedra, 2004)

Publicidad

Es una disciplina turística cuyos objetivos es persuadir al público meta con un mensaje comercial para que tome la decisión de compra de un producto servicio que una organización ofrece (Reynolds, 1985).

La publicidad es considerada como una de las poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por la empresa organizaciones no lucrativas instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionados con sus productos, servicios, ideas u otros. (Reynolds, 1985)



Postales

Las postales, son tarjetas por lo general rectangulares de papel, las cuales poseen una cara, una fotografía o dibujo y por la otra cara, el espacio necesario para escribir, se emplean comúnmente como cartas. (Saavedra, 2004)

Trípticos

Son los folletos informativos que pueden doblarse en tres partes y que suelen tener dimensiones a una hoja tamaño carta. Estos trípticos se entregan para la promoción de eventos y destinos. Abarcan casi todo el material impreso propio de una empresa y cada uno de los trípticos debe ser diseñado de manera diferente. Según el criterio que se deba adoptar a la hora de hacer el diseño para una carpeta de presentación de proyectos internos que otra que se circule de manera externa a la compañía. (Saavedra, 2004)

El tríptico desempeña tres funciones: informativa, publicitaria e identificadora.

- **Función informativa:** es muy usual utilizar el brochour para informar al público acerca de algún aspecto de su compañía. La información puede ser referida a presentar a su compañía, algún nuevo producto o servicio que esta ofrezca, una reciente modificación a su nombre etc.
- **Función publicitaria:** el brochour es una importante herramienta de marketing y es un excelente medio para promover uno o varios productos o servicios que ofrezca su compañía de manera atractiva. El aspecto publicitario del brochour será tratado con más detalle en la sección llamado aspecto publicitario.
- **Función identificadora:** es un diseño de brochour permite mantener un criterio a través de los diferentes brochoures que encargue su compañía. (Saavedra, 2004)

Mantas publicitarias

Las lonas publicitarias han demostrado ser un medio de publicidad urbana altamente efectiva.

Ventajas de las lonas publicitarias:

- **Facilidad de transporte,** en consecuencia el costo del transporte no es significativo.
- **Durabilidad,** la impresión en tintas solventes ofrece una gran durabilidad a la impresión, y resistiendo las condiciones extremas a las que se puede someter este material en el exterior.
- **Instalación,** facilidad para colgar, gracias a los ojales, que se sitúan en los extremos de las lonas.
- **Económico,** es más económico que imprimir y añadir un soporte rígido a la impresión.



Spot publicitarios

Es un anuncio publicitario que se difunde específicamente en la TV, para comercializar cualquier producto o servicio. Son historias breves donde se puede resaltar los beneficios de dichos productos en 20 o 40 segundos máximos. (Saavedra, 2004)

Página web

Una página web es el nombre de un documento o información electrónica adaptada para la World wide web y que puede ser accedida mediante un navegador. Esta información se encuentra generalmente en formato HTML o XHTML, y puede proporcionar navegación a otras páginas web mediante enlaces de hipertexto. Las páginas web frecuentemente incluyen otros recursos como hojas en estilo de cascada, guiones e imágenes digitales, entre otros. (Reynolds, 1985)

Paquetes turísticos

Un paquete turístico es un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, manutención, y transporte, por lo que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

La ley reguladora de viajes combinados define un paquete turístico como " la combinación previa de por los menos dos de los siguientes servicios: transporte, alojamiento, u otros servicios turísticos, vendido u ofrecido en venta con arreglos a un precio global, el cual debe sobrepasar las 24 horas o incluir una noche de estancia, para que sea considerado como tal" (Crosbi, 2009)

Existen diferentes tipos de paquetes turísticos entre ellos:

Programas de estancias: son aquellos que combinan un medio de transporte y una estancia en un alojamiento turístico. Resultan ideales para quienes gustan disfrutar del descanso sin horarios ni visitas preestablecidas, como por ejemplo unas tranquilas vacaciones en una zona de playa. (Crosbi, 2009)

Circuitos: es un concepto más clásico de viaje, en función del recorrido y del medio de transporte. (Novas, 2006)



Viajes alternativos: se trata de ofertas especiales con destinos inéditos, alojamientos y medios de transporte infrecuentes. Incluye por ejemplo: viajes de aventura, vacaciones activas, montañismo, entre otros. (Crosbi, 2009)

Viajes a medida: incluye tanto a clientes decididos a donde quieren viajar, como a clientes que no tienen idea. En estos casos la agencia elabora un paquete organizado a un precio global, de acuerdo a las necesidades del cliente. (Crosbi, 2009)

Áreas protegidas

Con frecuencia la expresión “área protegida” es usada tanto para buscar que una área geográfica real sea declarada como tal, o argumentándose que determinada zona ya a sido declarada como tal y que en ella o sobre ella debe actuarse en concordancia con esa denominación. ¿Pero qué significa: área protegida?

“Superficie de tierra o mar especialmente consagrada a la protección y el mantenimiento de la diversidad biológica, así como de los recursos naturales y culturales asociados y manejada a través de otros medios jurídicos u otros medios eficaces”, así definió la unión mundial para la naturaleza UICN el concepto de áreas protegidas en el IV congreso mundial de parques nacional y áreas protegidas, que se llevó a cabo en 1992 en la ciudad de Caracas. Mientras en el art. 2 del convenio de diversidad biológica establece que “un área protegida, se entiende como un área definida geográficamente que haya sido asignada o regulada y administrada a fin de alcanzar objetivos específicos de conservación”.

Las áreas protegidas constituyen uno de los primeros y más significativos esfuerzos de la humanidad para conservar la naturaleza y su herencia, además son parte importante en muchas conferencias y acuerdos internacionales. (Catalina Moreno Bustamante, mayo 2008)

Área protegida Reserva Natural La Serranía Tepesomoto La Pataste

Se encuentra ubicada en la zona norte del país y es compartida con seis municipios, estos son: Somoto, San Lucas, Las Sabanas, y San José de Cusmapa por parte del Departamento De Madriz y Pueblo Nuevo, San Juan de Limay por parte del municipio de Estelí. Esta reserva natural es de gran importancia en la producción de agua, en manejo de recursos forestales, biodiversidad, y aprovechamiento de sus bellezas escénicas.

Clima: el área protegida incluye dos zonas climáticas, la zona templada comprendida entre 500 y 1000 msnm, que incluye la mayor parte de las zonas bajas, y la zona fría comprendida entre 1001 y 2007msnm, incluye todos los picos y partes altas del área protegida, la serranía Tepesomoto la pataste. (MARENA)



FACTORES QUE FACILITAN E IMPIDEN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FODA.

El análisis de aquellos factores que favorecen el proceso de desarrollo, y aquellos otros que constituyen interferencia o restricciones que pueden transformarse en obstáculos infranqueables o ser simples estados coyunturales. Surgen así situaciones estructurales positivas (Fortalezas), o negativas (Debilidades), cuyos efectos deben atenuar, y también las situaciones coyunturales (amenazas, problemas y oportunidades), que irán condicionando la estrategia de desarrollo.

Cabe mencionar, que las fortalezas y debilidades son elementos internos por lo que tanto se puede intervenir mejorando la economía, la conservación del medio ambiente y cultura impulsar la actividad turística, mientras que las oportunidades y amenazas son elementos externos que no se puede detener o frenar para evitar el impacto negativo en la quinta San Raphael y en el desarrollo de la actividad turística.

Fortalezas

Son todas aquellas actividades que se realizan con un alto grado de eficiencia.

- Ubicación geográfica cercana a grandes centros de desarrollo urbano y la frontera con la Republica de Honduras, buena accesibilidad terrestre. (rutas y transporte)
- La quinta se encuentra ubicada dentro del área protegida, y el principal atractivo complementándose con un importante patrimonio cultural tangible e intangible.
- Posee diversidad con una actividad agropecuaria y turística consolidada.
- Disponibilidad de la administración para mejorar la actividad turística.

Oportunidades

Son todos aquellos eventos del medio ambiente externo que debe presentarse, así facilitarían el logro de los objetivos.

- Tenencia del mercado al turismo activo, rural, de salud, bienestar, belleza y gastronómico.
- Potencialidad de la ciudad donde se ubica la quinta como sede de los eventos culturales, deportivos y religiosos.
- La promoción y publicidad de la zona con potencial natural y turístico
- Destino original dentro de la oferta próxima con una alta calidad de servicios turísticos.
- Se presenta como un destino seguro. No hay extremos sociales altos.



Debilidades

Son todas aquellas actividades que realiza con bajo grado de eficiencia.

- Comienza a ser un problema la contaminación visual.
- La contaminación de los productos básicos silvestres son socialmente inaceptables en las diferentes modalidades del turismo sostenible.
- Destrucción del medio ambiente.

Amenazas

Son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra este, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

Una vez realizado el estudio FODA se pueden elaborar líneas de desarrollo turístico destacando elementos que facilitan y apoyan al desarrollo turístico.

Análisis FODA

FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">✓ Excelente atención al cliente✓ Personal capacitado✓ Ubicación geográfica	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">✓ No se cuenta con una recepción✓ Falta del idioma extranjero
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">✓ Intercambio de ideas empresariales✓ Oportunidad de ampliación de infraestructura✓ Oportunidad de asistir a ferias	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">✓ El río✓ Desastres naturales✓ Surgimiento de competencias✓ Deserción de los empleados



PREGUNTAS DIRECTRICES

1. ¿De qué forma se caracteriza el territorio donde está ubicada la quinta san Raphael?
2. ¿Cuenta la Quinta San Raphael con recursos e infraestructura para la actividad turística?
3. ¿Qué factores facilitan o impiden el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en la quinta san Raphael?
4. ¿Qué herramientas de promoción y publicidad se pueden diseñar para la comercialización de la quinta san Raphael?



HIPÓTESIS

La creación de las Estrategias de Marketing Turístico incrementará la demanda de Quinta San Raphael del Cañón de Somoto.



DISEÑO METODOLÓGICO

El trabajo de investigación fue realizado en el departamento de Madriz, en la comunidad de Sonis municipio de Somoto.

Esta investigación según el enfoque es de tipo mixto (cuantitativo y cualitativo) ya que se facilitó el involucramiento directo de los encargados de la Quinta San Raphael para obtener datos específicos y de esta manera determinar los antecedentes y las causas del problema, y de carácter descriptivo basándose en el método de inducción. Esta investigación se llevó a cabo durante el segundo semestre de estudio 2014 que abarca el periodo de agosto a noviembre por lo que se caracteriza por ser transversal.

Unidades de Análisis

Universo o Población

Nuestro universo o población fueron los turistas que visitaron la quinta San Raphael en el transcurso de septiembre a noviembre del 2014, seleccionando de ellos nuestra muestra representativa.

Muestra

- 1 Propietario y administrador de la quinta san Rafael cañón de Somoto
- 5 guías locales
- 20 turistas

Informantes claves

Los informantes claves fueron seleccionados por conveniencia según las características del enfoque y de tipo investigativo. Los cuales fueron propietario e administrador de la quinta, turistas y guías de turistas.

Los descriptores del trabajo investigativo

- Características culturales, socioeconómicas y medioambientales que proporcionan el desarrollo turístico de la comunidad en estudio.
- Ofertas turísticas que ofrece y que se han desarrollado en lugar de estudio y tipos de turistas que han visitado el lugar.



- Recursos, infraestructura, y servicios que permiten el desarrollo turístico.
- Planificación estratégica que desarrolle una mejor oferta turística tomando en cuenta los atractivos y mayor influencia de turistas.

Revisión documental

Consistió en la búsqueda y recopilación de información de en bibliografías referentes al tema de investigación, de igual manera se indago en documentos que contienen información relevante acerca de la caracterización de la comunidad y de la quinta san Raphael proporcionada por el administrador de esta propiedad.

Observación del participante

Se partió de la integración del equipo investigador en las diferentes actividades de recorridos establecidos en los senderos guiados de la quinta, donde se pudo observar el paisaje y los recursos que posee la propiedad.

Entrevista

Con la que se permitió indagar sobre las características socio-económicas y las estrategias publicitarias que permitan la implementación de turistas.

Etapas del proceso de investigación

Preparación, organización y planificación de la investigación

Esta fase nos permitió orientar el problema, la justificación y los antecedentes de lugar de estudio; se definió el diseño de los instrumentos a aplicar a los informantes claves, para obtener información, así como la búsqueda de información de estudio.

Exploración y observación del área de estudio

Esta fase se realizó visitas a la Quinta san Raphael durante el período de agosto a noviembre segundo semestre 2014 se realizaron recorridos en toda el área en compañía de los guías esto permitió la observación de las condiciones en las que se encuentra el atractivo potencial y complementario identificado, así elaborar estrategias para el marketing turístico de la quinta.



Recopilación de información necesaria

En esta fase se realizó mediante la búsqueda de información relevante, a través de investigaciones que se han realizado en el municipio y la comunidad así mismo se indagó para rescatar información sobre la propiedad con el propietario anterior.

Procesamiento de análisis e interpretación de datos

Consistió en el procesamiento de la información adquirida durante el transcurso de la investigación, a través de la interpretación y discusión de los datos en forma grupal.

Redacción del documento final

Una vez completadas las fases anteriores, se realizó la redacción del informe final de investigación de acuerdo a la estructura orientada, para ser presentado, todo esto bajo la supervisión de la tutora de la asignatura.

Equipos utilizados para la recolección de información

- Cámara fotográfica
- Libreta de campo
- USB Flash Memory
- Binoculares

Fuentes de recopilación documental

- Internet
- Documentos bibliográficos
- Información proporcionada por el administrador de la quinta



RESULTADOS

Capítulo I: Entorno geográfico, socioeconómico en que se encuentra ubicada Quinta San Raphael.

Caracterización del Departamento de Madriz, Municipio de Somoto, comunidad de Sonis y área protegida Cañón de Somoto.

Para iniciar se describe el área de estudio partiendo de los aspectos que caracterizan al departamento de Madriz y al municipio de Somoto con información valiosa proporcionada por el administrador de la quinta San Rafael en cuanto al elemento histórico y natural de la zona; se retoman datos importantes en las caracterización de la alcaldía de Somoto realizada en el área. Las herramientas metodológicas utilizadas brindan datos relevantes de la comunidad de sonis y la quinta San Rafael. Complementándose la información de manera enriquecedora.

Caracterización del Departamento de Madriz

Departamento de Madriz

Ubicación	Se localiza en la entrada del norte del país por medio del puesto fronterizo El Espino.
Población	De acuerdo al censo fronterizo del 2005 132,459 habitantes, con una densidad de población de 77.5 habitantes/km ²
Extensión territorial	1,706 km ²
Fecha de Fundación	11 de noviembre de 1936
Limites	Al norte: Depto. de Nueva Segovia. Al sur: Depto. de Estelí. Al este: Depto. de Jinotega. Al oeste: Republica de Honduras
Municipios	Somoto cabecera del depto., Totogalpa, Telpaneca, San Juan de Río Coco, Yalagüina, Palacagüina, La Sabana, San José de Cusmapa y San Lucas
Clima	Clasificado como tropical, presentando dos estaciones marcadas: seco en verano, lluvioso en invierno, normalmente fresco en las zonas altas con frecuentes sequias en la parte occidental del depto.
Actividad Económica	Café, granos básicos, entre otros.



Propuesta de Marketing Turístico Para el Desarrollo Socio Económico de Quinta San Raphael, Valle de Sonís

Religión	Católica y evangélica
Accidentes Geográficos	En el subsistema de áreas protegidas que abarca el cañón de Somoto se encuentra la cordillera de Dipilto y Jalapa y la serranía Tepesomoto- La Patasta
Árbol Departamental	El Matasano (<i>Casimiroa edulis</i>)
El Ave	El cierto guis, o “bien te veo” (<i>Pitangus sulphyratus</i>)

(municipal, 2013)

Mapeo de los municipios que comprenden el departamento de Madriz





CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE SOMOTO

MUNICIPIO DE SOMOTO

El municipio de Somoto está ubicado a 216 km de Managua, se encuentra ubicado en las coordenadas 13 25' latitud norte y 86 35' de longitud oeste, con una altura promedio de 700 msnm, estas varían entre los 600 msnm (río Coco) y los 1410 msnm (cerro Marimacho, frontera con Macuelizo). y una extensión territorial de 460 km².

Sus Límites Municipales son:

Al Norte con los municipios de Santa Maria y Macuelizo

Al Sur con los municipios de San Lucas y Pueblo Nuevo

Al Este con los municipios de Yalaguina y Totogalpa

Al Oeste con la Republica de Honduras

Según división política administrativa, Somoto está compuesto por 24 barrios urbanos y 52 comunidades rurales.

Actualmente la población del municipio está constituida por 35,943 habitantes con una tasa anual de crecimiento de 3.1%, el 62% de su población es urbana con 22,318 habitantes y el 38% es rural con 13,625 habitantes. Del total de población 19,421 son mujeres para un 54% y el resto son hombres (16,703) con un 46% lo que indica promedios ligeramente superiores a la nacional que oscilan en un 51% las mujeres y un 49% los hombres.

El árbol municipal es popularmente llamado Matasano y su nombre científico es *Casimiroa edulis*, y el ave municipal es popularmente llamado Guis y el nombre científico es *Pitangus sulphuratus*. (municipal, 2013)

Clima

La ciudad de Somoto se encuentra en la parte oeste del departamento de Madriz a una altura de alrededor de 660msnm. El clima de la zona, según la clasificación de koepen es de tipo sabana tropical, con una precipitación anual de aprox 800-1000mm.

La temperatura anual es de 24.5c, con una oscilación media de 3.9c. el periodo más caluroso ocurre desde Marzo hasta Junio y el más fresco desde Diciembre hasta Febrero. Las medias mínimas varían entre 16-21c y las medias máximas entre 28-32c.



Relieve

El punto de mayor altura lo representa la cima del cerro Tepesomoto con 1730msnm, ubicado al sur de la ciudad de Somoto; un Segundo punto importante por su altura es el cerro Apante con 1,585msnm y el punto más bajo se ubica en las llanuras del Rio Coco.

Paisaje Natural

Somoto es parte de los municipios que se localizan en la Región Norte del país, región que presenta una serie de serranías y montes, que forman alargadas estribaciones y ramales entre los cuales se abren paso importantes ríos a través de angostos valles (Estudios Sociales/Dr. Incer Barquero).

Los principales ríos de Nicaragua nacen en su región montañosa central, los que circulan entre anchos valles con rumbo a la Costa Atlántica, desembocando finalmente en el Mar Caribe, uno de estos es el Rio Coco.

El Rio Coco es el rio más largo de Centro América, también conocido como Wangki por la población Misquita, mide más de 700km, y en parte de su curso se convierte en línea fronteriza, dividiendo Honduras de Nicaragua. Este Rio corre aproximadamente 24 km dentro del territorio municipal de Somoto, identificándose en parte de su curso, lo que se denomina "Cañon de Somoto" sitio de gran belleza paisajística por los farallones de gran altura que se extienden aproximadamente 5 km.

También en esta región se destacan paisajes montañosos, caracterizados por bisques de pino y roble Encinos, creciendo en forma natural en las partes más elevadas del país, la vegetación en los llanos está conformada principalmente por matorrales y nebliserva en las cumbres altas.

El volcán de Tepesomoto con 1,730 metros de altura es considerado una reserva natural, fue declarado como Área Protegida según decreto de ley número 42-91, del 31 de Octubre de 1991. (municipal, 2013)

CULTURA

Desde los primeros tiempos de la dominación española, la población de Somoto ha celebrado como patrono de la ciudad al apóstol Santiago, cuya fiesta religiosa tiene lugar el 25 de julio de cada año. También se conmemora anualmente con fiestas populares, el 11 de noviembre fecha en que fue inaugurado el departamento de Madriz, en el año de 1936.



Costumbres y actividades de la población

La población del municipio de Somoto se caracteriza por conservar una cultura religiosa que precede desde los siglos atrás, el fervor que mantienen se ve reflejado en sus actividades religiosas, sobre todo el patrono Santiago. Entre otras fiestas se realizan las siguientes celebraciones:

- Fiesta de Santiago: se celebra el 25 de Julio de cada año a través de actos religiosos, fiestas populares y corridas de toros, tienen una duración de 15 días.
- Se celebra una fiesta en honor al señor de los milagros o cristo negro.
- La fiesta de los corazones: se celebra el 26 de mayo de cada año, en honor al sagrado corazón de Jesús, bajan en procesión las comunidades cargando al sagrado corazón de Jesús, se reúnen en la parte norte y sur de la ciudad para entrar en conjunto a una misa nocturna que se realiza en la iglesia.
- La fiesta de la cruz: el 3 de mayo de cada año se celebra esta fiesta, los pobladores suben al cerro de la cruz, unos rezando y otros repitiendo mil veces la frase: Nuestro Señor Jesús.
- Fiesta de los inditos: se celebra el 12 de diciembre de cada año en honor a la virgen de Guadalupe, con una procesión de disfraces de inditos por las principales calles de la ciudad hasta concluir con una misa en la iglesia.
- La población celebra la semana santa en el mes de marzo/ abril en honor a la pasión y muerte de Jesucristo.
- El día 11 de noviembre de cada año se celebra el aniversario de la separación del departamento de Madriz del departamento de Nueva Segovia y se cierra con el tradicional “Carnaval de Somoto” y desfile hípico. Por 17 días continuos hay celebración, siendo la alcaldía municipal quien organiza la programación de las fiestas, actividades culturales y religiosas alusivas a la fecha, con participación de los pobladores. Esta es una de las celebraciones más largas e importantes de la ciudad.

Las actividades se programan del 11 al 27 de noviembre, donde se organizan:

- Ferias de productos locales
- Noches culturales
- Fiestas populares
- Corrida de toros
- Desfile de carrozas, bandas musicales, gimnasia
- Festivales artísticos
- Juegos de gallos
- Oficios religiosos

Es notoria la participación de los diferentes sectores económicos que promocionan sus productos a los visitantes, en la rama de pequeña industria, agricultores, ganaderos, entre otros. En calidad de turistas vienen de municipios, departamentos y países vecinos hacen



participes. La actividad se organiza de forma que toda la población esté representada, ganancias económicas que se generan producto del movimiento comercial, también es organizado equitativamente, tratando de beneficiar a la población de los barrios en la economía de proyectos a ejecutar y/o contribuir al fondo propio que se administran en los barrios. (municipal, 2013)

Áreas Patrimoniales

El sector del parque central y la iglesia parroquial Santiago con su torre del reloj público y manzanas circundantes, es considerado el núcleo primario de desarrollo, presenta edificaciones con elementos arquitectónicos propios de la época colonial.

En la medida que la ciudad fue creciendo, se hacía uso de las mismas formas constructivas, soluciones de fachadas y materiales, manteniéndose en el área definida como tradicional de forma homogénea con respecto al núcleo primario. Dentro de esta zona se encuentra inmuebles de gran valor, tales como el local de la alcaldía municipal, la casa donde funcionan las oficinas del MARENA, y el MAGFOR, con solución en dos plantas con patio central, entre otras.

Algunos elementos observados de las edificaciones del área tradicional son:

- Uso de sistemas constructivos tradicionales: adobe y taquezal.
 - El techo cubierto de tejas de barro.
 - Sucesión de vanos de puerta en sus fachadas.
 - Viviendas con esquinas ochavadas.
 - Viviendas con uso de dos puertas en sus esquinas.
 - Uso de relieves en las fachadas, entre otros.
 - Soluciones de patio central.
 - Viviendas tradicionales de dos plantas con uso de entrepiso y escalera de madera.
- (municipal, 2013)

1.1 BREVE RESEÑA HISTORICA DEL MUNICIPIO DE SOMOTO

El origen de la población de Somoto se remonta a la época prehispánica, poblado inicialmente por las inmigraciones que provenían de México, principalmente de las cultural Olmecas y Aztecas, posteriormente se asentaron Chorotegas, de indiscutido origen Mexicano.

Pero fueron los españoles quienes finalmente poblaron la denominada "Santiago de Tepesomoto" según cédulas reales de 1591.No existe evidencia en la extensa región de Las Segovia, sobre la existencia de otro pueblo, distinto de la actual ciudad de Somoto, que



llevara en la antigüedad ese nombre. Sin embargo, la crónica viajera de Fray Alonso Ponce realizada en 1585, parece indicar la existencia de varios pueblos indígenas que llevaban el nombre de Somoto. Valle de gansos

Los nombres, Somoto, TepeSomoto y TépecSomoto, se derivan del idioma indígena chorotegano "tépec-xomotl". "Tépec" significa valle o región, poblado y "Xólotl", gansos o pavos. Es decir: "Valle o Región de Gansos". El gobierno local de los pueblos indígenas de TépecSomoto era ejercido por el "Calpulli", institución semejante a las municipalidades de hoy, electas por voto popular directo, cuyas funciones se limitaban a mantener el orden entre los vecinos, vigilar y hacer cumplir el respeto a la propiedad ajena, la administración de tiangués o mercados y atender a comerciantes foráneos. En muchas citas históricas nicaragüenses del siglo pasado, se hace alusión a Somoto con el nombre de "Somoto Grande", indicación que hace presumir la existencia de otros pueblos que con inferior categoría urbana, llevaban el simple nombre de Somoto y que en el transcurso del tiempo desaparecieron totalmente del mapa geográfico-político de la República.

El 22 de enero de 1867 durante el gobierno del general Fernando Guzmán se le concede el título de Villa y por ley el 24 de marzo de 1895, el gobierno de José Santos Zelaya le otorga e título de ciudad.

El 11 de noviembre de 1936 adquirió categoría de departamento, denominándose Madriz en honor al Dr. José Madriz, quien fuera presidente de Nicaragua entre los años de 1909 y 1910.

También se conmemora anualmente con fiestas populares, el 11 de Noviembre fecha en que fue inaugurado el departamento de Madriz. Como una de las manifestaciones religiosas muy particular en este municipio se realice cada año en el mes de mayo la celebración de la Fiesta de los Corazones

Desde los tiempos de la denominación Española en Nicaragua esta ciudad celebra como patrono al apóstol Santiago el 25 de Julio de cada año, entre los más destacados promotores de esta actividad se recuerda al sacerdote Julián García quien paso además a la historia por el apoyo que le presto a Rubén Darío para su viaje a Chile.

El 14 de agosto de 1936 se creó el departamento de Madriz con los siguientes municipios. Somoto, Palacagüina, Las Sabanas, San Juan de Rio Coco, Telpaneca, Y Yalagüina, Totogalpa. (municipal, 2013)



INFRAESTRUCTURA DEL MUNICIPIO

VIALIDAD

El municipio de Somoto cuenta con una red vial que le permite la conexión a nivel internacional, nacional y a lo interno del mismo, identificándose como vía regional la carretera panamericana y una red de caminos de penetración de todo tiempo y de estación seca que comunica el área urbana con la rural, algunos caminos se encuentran deteriorados por falta de mantenimiento o por las intensas lluvias de invierno.

TRANSPORTE

Existe una terminal intermunicipal en buenas condiciones y taxis de parada en la terminal con rutas de Somoto a El Espino, Somoto El Empalme de Yalagüina, Somoto urbano, y en el Mercado municipal se encuentran taxis de Somoto San Lucas, también de la Cruz Roja al Canon de Somoto.

El sistema de transporte está compuesto por rutas interurbanas de servicio ordinario y expreso que comunican a Somoto con diferentes ciudades como: Estelí, Ocotol, Managua, Dentro del departamento también existen rutas ordinarias hacia: El Espino, San Lucas, Cusmapa, San Juan de Rio Coco (10 unidades), también 5 unidades que cubren las rutas hacia las comunidades rurales de El Tamarindo, Icalupe, La Carbonera, Guasuyuca, y Los Caracoles. (municipal, 2013)

SERVICIOS BASICOS

Agua Potable

En el área urbana el servicio de agua potable es administrado por ENACAL, con un total de 4,469 conexiones aproximadamente para una cobertura de 95%, en algunas comunidades rurales existen pozos y mini acueductos rurales.

Drenaje Sanitario

Solamente el área urbana dispone de servicio de drenaje sanitario con 2,100 conexiones aproximadamente para una cobertura del 45% del total de edificaciones. En el resto del área urbana y rural se hace uso de sumideros o letrinas.



Energía Eléctrica

La energía eléctrica es administrada por UNION FENOSA- DISNORTE, con un total de 3,352 conexiones domiciliarias registradas en el área urbana contando con alumbrado público en el casco urbano, para una cobertura del 92%. Se brinda el servicio a ciertas comunidades.

Comunicaciones

El servicio es administrado por ENITEL, brindado por la telefonía CLARO, dispone de una central digital que brinda servicio a un total de 1,230 cunas en el municipio de Somoto, correspondiente a un 27% de cobertura. También existe la telefonía celular con las empresas de Claro y Movistar que abarcan la mayoría de las comunidades, existiendo también el servicios de *cyber* en la ciudad.

EQUIPAMIENTO TURÍSTICO

Somoto cuenta con una barrera de toros que se localiza en los terrenos la Antigua pista de aterrizaje, donde se presentan corridas de toros en periodos festivos, fiestas patronales o en exhibiciones extraordinarias o programadas. Es totalmente cerrada madera, con una capacidad para 2,000 personas sentadas. Cuenta con gradería, redondel donde se realice la corrida y área de encierro de toros. En esta misma área se encuentra la plaza 11 de Noviembre en esta plaza se instalan juegos mecánicos, toldos, chinamos entre otros, en periodos festivos.

Somoto además cuenta con parques recreativos tales como: Parque Zelaya, Parque Lucila, Parque el sector No.14

En el área de recreación deportiva en Somoto dispone de:

Estadio de baseball de primera división, denominado "Estadio Santiago" localizado al este de la ciudad, en el sector 10 (barrio Luis Alfonso Velásquez). Las graderías tienen capacidad para 3,500 personas sentadas, tiene palco con sillas y palco de transmisión para tres emisoras, además cuenta con una pizarra y baños.

Estadio de fútbol ubicado en el sector 10, se encuentra en ejecución de un complejo deportivo que contendrá un estadio de fútbol, piscinas olímpicas y áreas complementarias a esta instalación.

Canchas deportivas, en el área urbana existen 6 y 2 galleras



Es un municipio que posee todo lo necesario para atender las necesidades de una población, existe una gran variedad de negocios, existiendo en el municipio alrededor de 180 entidades de servicio, 200 pulperías que funcionan legalmente, 7 hoteles, 1 supermercado, unos 15 bares y restaurantes y 15 centros de diferentes índoles. Cuenta con escuelas secundaria y primaria, preescolar, universidades, centro de salud, en si todo lo necesario para atender la población y sus visitantes. (municipal, 2013)

INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES

Alcaldía Municipal
Policía Nacional
Ejército de Nicaragua
MARENA
INTUR
INIFOM
CANTUR
APROCANIC
Directiva del Cañón de Somoto

ACTIVIDADES SOCIOECONÓMICAS

La principal actividad socioeconómica del municipio lo constituye la agricultura, con producción de granos básicos (maíz, frijoles, sorgo) café y henequén en menor escala para el consume local y nacional. La producción pecuaria (Ganado vacuno, caprino, y Ganado menor).

La ciudad tiene actividad comercial que se comprueba con la existencia de un banco privado, un Mercado municipal que se ubica en el Nuevo centro comercial, talleres de panificación, ebanistería, cerámica, zapatería, electrónica y costura artesanal, a menor escala existen pequeños y medianos establecimientos comerciales de diferentes artículos.

También otro factor importante en la economía de Somoto son sus famosas rosquillas ya que hay familias enteras que se dedican a la industria de las rosquillas para la exportación de estas y venta nacional.

En el municipio no hay mucha actividad industrial. Existen algunas pequeñas industrias de Madera, cuero de menor importancia. En este aspecto es importante señalar la primera planta láctea de Somoto, denominada lácteos, también se ha creado la planta de



procesamiento de concentrado, estos proyectos gestionados por ASODECOM EN base al apoyo económico de ayuntamientos españoles.

Otra fuente no muy desarrollada que está tomando mayor fuerza a nivel local es el turismo, especialmente con el descubrimiento del cañon de Somoto, el cual está atrayendo a turistas nacionales y extranjeros.

El turismo es un generador de empleos muy importante, actualmente mucha personas trabajan en lo que es el turismo en este municipio. (municipal, 2013)

SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN SOMOTO

Somoto es un municipio que cuenta con una ubicación geográfica estratégica dado a que se encuentra en una zona fronteriza lo que le permite una excelente accesibilidad vial y modo de intercambio con países vecinos de la región. Además cuenta con recursos turísticos naturales, culturales, edificios, y sitios históricos estos elementos hasta ahora están siendo aprovechados turísticamente.

Con respecto al equipamiento turístico en Somoto existen diversos centros de recreación donde los pobladores y visitantes pueden pasar haciendo diferentes actividades o solamente observando.

Existen sitios de venta de artesanías en la ciudad y una cooperativa donde se elaboran y venden artesanías de henequén, pero se deben crear políticas que incentive a los artesanos para promover su desarrollo, por lo tanto se considera necesario elevar la cantidad de los servicios actuales y mejorarlos.

Según lo observado la demanda del turista que visita Somoto es un turista joven que busca aventura o turismo rural comunitario, ya que sus mejores experiencias es compartir en las casas con los lugareños, los sitios más visitados son: Cañón de Somoto, Santuario de la Virgen Cacaucalí y los talleres de Rosquillas.

La dinámica del turismo en el municipio de Somoto, llevada a cabo por su delegado departamental del INTUR y apoyado por CANATUR teniendo el apoyo de la alcaldía municipal, ha favorecido el desarrollo local, logrando implementar estrategias que orienten un proceso de avance en cuanto a la calidad de la oferta turística, promoción y preservación de los recursos turísticos.



PRINCIPALES ATRACTIVOS TURISTICOS DE SOMOTO

Museo y Parque Central

En el parque central de Somoto se ubican interesantes lugares para visitar, la Iglesia Parroquial de Santiago, templo de tres naves construidas en 1661 declarado monumento nacional histórico, es uno de los más antiguos de Nicaragua, en su lado izquierdo se encuentra la torre del reloj publico, el museo de piedra pintada, aquí se pueden encontrar desde piezas precolombinas muy bien conservadas, cuyo hallazgo se dio en los alrededores de este municipio, hasta recortes de periódicos y algunas otras publicaciones que explican un poco la historia de este pueblo, desde las tribus chorotegas, que habitaron este territorio, hasta nuestros días.

Talleres de Rosquillas

Este municipio famoso en todo el país por sus rosquillas consta con varios talleres donde se compran directamente y se puede observar el proceso de la elaboración de estas, contando con más de 30 talleres.

Descripción del Valle de Sonis Somoto

Reseña Histórica.

La Comunidad de Sonis tiene aproximadamente 111 años de existencia a partir de sus primeros pobladores, existe un desfice de información de 40 años de existencia a partir de sus primeros pobladores y esto se debe a que los habitantes que manejan estos datos y podrían relatar sus historias, ya no están en condiciones de hacerlo.

Según los pobladores el terreno era montañoso, había bastante ganado, se cosechaban plátanos, banano, café y caña de azúcar, el trabajo de los mozos lo pagaban con productos que se cosechaban y los habitantes tomaban el agua de la Quebrada El Puecal.

La primera escuela funciono en casa de Don Fulgencio Cruz, siendo la primera maestra Doña Angelita García esto para el año 1950. En 1954 se construyeron carreteras y puentes por el gobierno de Anastasio Somoza. En 1960 las casa a orillas de la carretera fueron las primeras que contaron con energía eléctrica, para el año 1970 llega el servicio de Luz Eléctrica al resto de la comunidad. En 1980 se llevó a cabo en la comunidad la gran Cruzada Nacional de Alfabetización.



Para el año 2003 fue descubierta La Estrechura Cañón de Somoto por unos Geólogos Checos e inicia el proyecto de Monumento Nacional. Al pasar de los años, la comunidad ha contado con varios proyectos de desarrollo, lo que ha permitido contribuir al desarrollo local. Estos proyectos ejecutados en los últimos 15 años y más reciente al declarar Monumento Nacional Cañón de Somoto.

Posición Geográfica.

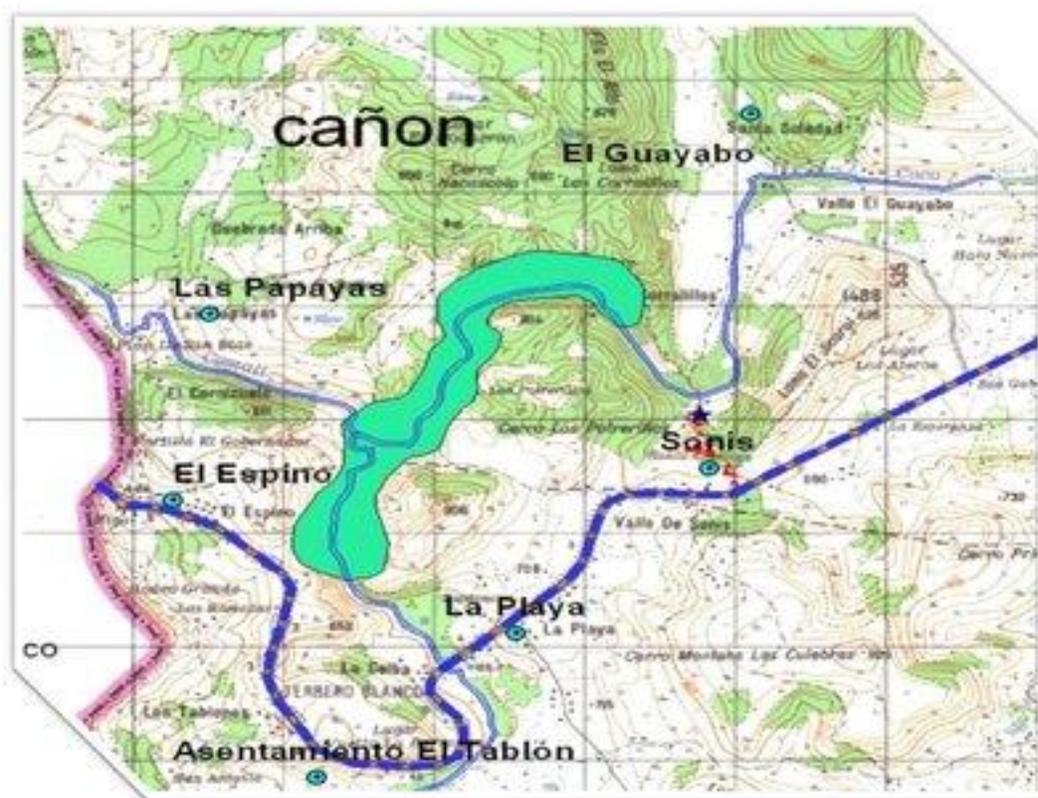
La comunidad Valle de Sonis se ubica a unos 13 km al este de la ciudad de Somoto, entre los caseríos de El Espino, Las Papayas o San José de Las Papayas, y El Guayabo. Se localiza a unos 240 km al noreste de la ciudad de Managua y a un kilómetro de la frontera entre Honduras y Nicaragua. En vehículo particular partiendo de Managua se toma la carretera Panamericana norte en dirección hacia la frontera con Honduras. Después de aproximadamente 3 a 3 ½ horas de recorrido se llega a la ciudad de Somoto, pasando por las ciudades de Sebaco y Estelí. Una vez en Somoto se continúa por la Panamericana hacia el puesto fronterizo de El Espino, y a la altura del km 229 se llega a la entrada al Cañón y por ende a la Comunidad Valle de Sonis.

Limites

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



MAPA DE LA COMUNIDAD DE SONIS



SITUACION ECONOMICA

La comunidad está compuesta en su gran mayoría por campesinos dedicados a la actividad de agricultura y pequeña ganadería, 66.27% de las familias trabajan en este tipo de labor que se considera un empleo temporal debido a que luego de las cosechas los hombres quedan desempleados. El 15.06% tienen empleos permanentes, y un 23.40% de las familias tienen miembros que viajan a otro país.

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

Aspectos Socio Económicos.

Se encontró que dicha comunidad cuenta con los siguientes recursos:

- Una escuela de primaria.
- Servicio de Agua Potable.



- Servicio de Energía Eléctrica.
- Paneles Solares.
- Caseta turística.
- Iglesia.
- Campo de fútbol.
- Red de Telefonía celular Claro.

La economía local está basada en cultivo de granos básicos como son: Maíz, Frijol, y Sorgo, como también cultivo de hortalizas ubicadas en las riveras del Rio Coco, más que todo para autoconsumo, también los pobladores de la comunidad se dedican a la ganadería en pequeña escala.

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

Salud

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

Educación.

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

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

Energía Eléctrica

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

Agua y Saneamiento.

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



TRANSPORTE

La principal vía de acceso de la comunidad es la carretera hacia la frontera del espino, los habitantes de sonis hacen uso del transporte colectivo que se dirige a la frontera en diferentes horarios de manera consecutiva en el transcurso del día, también existe el servicio de taxi hacia la comunidad, por el buen estado de la carretera y la cercanía de la ciudad de Somoto.

Itinerario de buses de Somoto hacia la comunidad El Espino

Hora de salida	El pichón
05:15	A. carrasco
06:15	Martínez
07:15	A. carrasco
08:45	El pichón
10:30	Martínez
11:45	A. carrasco
12:30	El pichón
01:30	Martínez
02:45	A. carrasco
04:15	Martínez

Itinerario de buses desde Estelí hasta Somoto

Horario de salidas	Somoto – Estelí
05: 20 am	Martínez
06: 00 am	El pichón
06: 40 am	Díaz González
08: 00 am	Martínez
08: 40 am	Caballero
09: 20 am	Gutiérrez
10: 00 am	Caballero
10: 40 am	Martínez
11: 40 am	El pichón
12: 40 am	Díaz González
01: 40 pm	Martínez
02: 45 pm	Gutiérrez
04: 00 pm	Caballero
05: 00 pm	Caballero



Recursos Naturales y situación ambiental.

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

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

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

Potencial Turístico del valle de Sonís.

Para los amantes de la naturaleza y del turismo de aventura, este lugar reúne todos los elementos necesario para disfrutar de sus paisajes.

Son muchos los atractivos turísticos que pueden visitarse, debido a su ubicación cuenta con lugares amplios desde donde puede apreciarse la imponente vista panorámica que posee.

Entre los recursos turísticos potenciales de esta comunidad se encuentra el Monumento Nacional Cañón De Somoto que garantiza una experiencia única e inolvidable a quienes lo visitan.

Este valle es un destino al que el turista puede llegar en cualquier época del año ya que cuenta con una variedad de recursos y atractivos turísticos entre los que podemos mencionar la oportunidad de convivir e interactuar con los pobladores de la comunidad, quienes con amabilidad le abrirán las puertas de sus hogares para que conozca y sea parte de la cultura y tradición de este pequeño valle.

El turista no puede irse de este valle sin antes visitar Quinta San Raphael Del Cañón, un espacio propicio para convivir con la naturaleza en donde encontrará la comodidad y el confort que le hará sentirse como en su propio hogar.



Establecimiento Hermanos Soriano.

En el Kilómetro 230 carretera Panamericana Somoto, se encuentra ubicado el establecimiento de los Hermanos Soriano en la cual se ofrecen los servicios básicos de alojamiento en Cabinas sencillas en casa de la familia y el Servicio de Restauración en un pequeño comedor, donde se ofrece al visitante comida tradicional.

En el establecimiento de los Hermanos Soriano además de estos servicios se ofrece el servicio de Guía para realizar tour por el Cañón de Somoto, los guías tiene mucho conocimiento sobre dicho destino.

Atractivos Cercanos de la Zona.

Monumento Nacional Cañón de Somoto.

Es una superficie que contiene rasgos naturales, históricos y culturales de valor destacado o excepcional por sus calidades representativas o estéticas.

El área es conocida como cañón de Somoto, también se le conoce como: La Ceiba, La Estrechura, Lugar de Namacambre. También recibe nombre de los ríos: Tapacalí, Comalí y la Zopilota. Los sitios son denominados según los accidentes geográficos en que se ubican: El Boquerón, Lomas, Los Coradillos, Los Potrerillos, Cerro Los Potrerillos.

El Cañón de Somoto fue establecido como área protegida por la ley N 605 el 29 de Noviembre del 2006 y publicado en la gaceta N 240 del 12 de Diciembre del 2006, como un sitio único por su paisaje, su formación, su geología y su antigüedad. El plan de manejo del Canon de Somoto se aprueba en Diciembre 2008. (municipal, 2013)

El Cañón de Somoto parte de una cuenca Transfronteriza.

El Cañón de Somoto se inicia donde se juntan los ríos principales de las subcuencas Tapacalí y Comalí, en ese punto, geográficamente inicia el rio Coco. El territorio de las subcuencas Tapacalí y Comalí es transfronterizo, es decir, parte de estas se localiza en Honduras y Nicaragua.

Las subcuencas Tapacalí y Comalí son las que captan, almacenan y drenan el agua al monumento Nacional Cañón de Somoto, cualquier afectación en los elementos que integran las subcuencas, reducirá la calidad de los recursos naturales que existen en dicho lugar. (municipal, 2013)



Capítulo II. Descripción del Área Protegida, Monumento Nacional “Cañón de Somoto”

RESEÑA HISTORICA

El Cañón de Somoto, o conocido también como Namancambre, palabra nahaualt el cual podría ser su nombre oficial. Es una de las formaciones rocosas más antiguas de Centroamérica con aproximadamente 60 millones de años de su formación geológica, y su reciente descubrimiento hace 12 años por geólogos checos. Aunque ya conocido por sus habitantes, los geólogos se encontraron, por casualidad, con un impresionante accidente geográfico, desconocido hasta el momento, por el pueblo y la comunidad científica.

CATEGORÍA

Nicaragua cuenta con 71 áreas protegidas, sin incluir las reservas privadas, en nueve categorías de manejos, estas son manejadas por el MARENA, siendo establecido en la ley 605 el cañón de Somoto declarado en la categoría de Monumento Nacional Al “Cañón de Somoto” publicado en la gaceta número 240 Diario Oficial de la Republica de Nicaragua el 4 de Diciembre del 2006.

EXTENSIÓN TERRITORIAL, POSICIÓN GEOGRÁFICA Y LÍMITES

El Monumento Nacional Cañón de Somoto tiene una superficie total de 170.31 Hectáreas de las cuales 125.17 Hectáreas corresponden a la zona del Cañón de Somoto en sí, incluyendo la zona del Río, las riberas y la parte interna de los acantilados, y 45.14 Hectáreas corresponden a la faja de 50 metros de ancho. Su zona de amortiguamiento tiene una superficie de 446.3 Hectáreas; que se caracteriza por suelos superficiales con profundidades menores de 30 centímetros.

Se establece como Zona de Amortiguamiento una superficie correspondiente a 473.4 Hectáreas que incluye: La Loma El Corralillos, Lugar Namancambre, Los Corralillos, Los Potrerillos, El Cerro Los Potrerillos y Cerro El Sin Nombre junto al Río Tapacali.

Se localiza a 13 kilómetros de la ciudad de Somoto, entre los poblados de: El Espino, Las Papayas, Valle Sonis y El Guayabo. Inicia al final del sector de las Playas en la entrada del Río Tapacali, donde ya es un cañón, luego enrumba hacia el Sur y después de la confluencia con el Río Comalí, gira suavemente hacia el Este; en esta parte se presentan los puntos más al Norte del Cañón, después de un recorrido de más de 3 Km., salen y se juntas las aguas del Tapacali y Comalí convirtiéndose en el Río Coco en el sector de La Zopilota. (ineter, 2006)



Descripción Demográfica

Dentro del límite de 170.3 ha del área protegida, habitan 20 familias en siete fincas. Lo anterior significa que algunas de las fincas se encuentran legalmente en manos de un solo dueño, pero este último le ha dado donde vivir a familiares, o en otros casos las fincas no han sido legalmente desmembradas de una sola escritura, pero en la realidad son compartidas por varias familias.

Distribución de la Población

Dentro del área protegida Monumento Nacional Cañón de Somoto domina el grupo poblacional en el rango de edad 25 - 60 años, (32.25%); seguido por el rango poblacional de 16 – 24 años con el (29.03%); en tercer lugar está el grupo adolescentes que va de 7 – 15 años con el (22.58%), posteriormente se ubica el rango de 0 – 6 años (niños) con el (11.29 %) y en último lugar se encuentra el rango de 60 - + (ancianos) con el (4.83%).

La población del área protegida es dominada por el sexo masculino, con el 58.06 %; mientras que el sexo femenino con el 41.94%.

Recursos Naturales (clima, Relieve, paisajes)

Clima

De acuerdo a la clasificación climática de Koppen, el clima predominante sobre el territorio del Cañón se clasifica como Sabana Tropical. La temperatura media oscila entre 21oC y 30oC, con una estación seca bien marcada de seis meses de duración entre noviembre y abril. En las partes altas de los acantilados, arriba de los 800 msnm, la temperatura es menos cálida, con ocurrencia de temperaturas máximas inferiores a 30 °C y temperaturas mínimas menores a 20oC.

El Cañón está localizado sobre un territorio que abarca el norte de Madriz y Nueva Segovia y que presenta las más bajas precipitaciones de todo el país. La precipitación promedio de la estación meteorológica de Somoto, la más cercana al Cañón, registra lluvias promedio de unos 900 mm anuales para un período de 40 años (1963-2003). La estación lluviosa se presenta de mayo a octubre. La canícula es severa, a mediados de julio y de agosto con periodos prolongados (> 30 días sin lluvia). Este ambiente condiciona la presencia de una vegetación de bosque subtropical-seco con árboles de baja altura, arbustos, cactus y bromelias que crecen en grietas de las rocas del Cañón. (ineter, 2006)



Relieve

El Monumento Nacional cañón de Somoto se ubica en la Región Centro Norte denominada Tierras Altas del Interior. Esta es la zona más elevada del territorio nacional, con un relieve montañoso y accidentado.

El relieve del Cañón y su zona de amortiguamiento está formado por cerros de cimas planas a rugosas en forma de extensas mesetas con alturas promedio de 900 msnm y que se correlacionan con depósitos de nubes y flujos densos de cenizas resultando en una espesa secuencia de rocas volcánicas piroclástica.

La corriente del Tapacalí y Coco ha cortado profundamente esta secuencia piroclástica exponiendo paredes verticales y rocosas homogéneas y duras, fracturadas y brechadas con direcciones transversales y paralelas a su curso, que le imprimen un aspecto columnar. El Cañón tiene una orientación oeste-este y una longitud estimada en 4.7 kilómetros.

Los promontorios cercanos al área protegida tienen como origen un filete montañoso situado de norte a sur y en el cual se destacan las siguientes elevaciones: Fila El Alto (878 msnm), Loma Los Corralillos (890 msnm), Cerro Los Potrerillos (804 msnm) y Cerro Saraisal (906 msnm).

Las copiosas lluvias del huracán Mitch en octubre de 1998 alteraron el lecho y el cauce fluvial del Cañón. Antes del Mitch el cauce del Cañón estaba cubierto de agua con profundidades algunas veces no fáciles de determinar por los habitantes del lugar. Durante las lluvias del huracán el nivel del río alcanzó en su parte más estrecha entre 60 y 80 metros de altura descubriendo antiguas formas erosivas en sus paredes. Las corrientes torrenciales también transportaron troncos de árboles, arenas gruesas, gravas, y bloques que fueron depositadas y acumuladas a lo largo del cauce del río ocasionando su soterramiento, y provocando la aparición de una batería de pozas de aguas. (ineter, 2006)

Paisajes Naturales

El paisaje es el principal valor natural del Cañón. El paisaje es una porción de la superficie terrestre con homogeneidad climática, geomorfológica y geográfica (Zonneveld 1979, Etter 1990, Villota 1997).

El área protegida presenta como paisaje predominante la garganta rocosa abierta por el río Tapacalí y Coco. Su belleza es producto de la vista de sus altas paredes rocosas, verticales y de forma casi paralelas con alturas promedios de 100 metros. Este paisaje se combina con la presencia de vegetación litófito que se asienta en las mismas paredes, además se



combina con la limitada entrada de luz solar lo que provoca un efecto continuo de sombra principalmente en la mañana y al atardecer.

Un segundo paisaje pero menos importante es la vegetación decidua que se encuentra ubicado en las partes altas y tierra firme del Cañón. Se trata de un bosque arbustivo donde predomina una vegetación decidua, de hoja ancha y baja altura. La vegetación al nivel del suelo es rala y presenta una presencia significativa de ágaves y cactus. Este paisaje está mezclado con parches de bosques de pinos y matorrales espinosos. (ineter, 2006)

La zona de amortiguamiento presenta un paisaje fragmentado por la actividad agrícola principalmente por el ganado. Se observan muchos potreros. El área protegida más cercana es la Reserva Natural Tepesomoto – La Patasta, a 20 kilómetros de distancia.

Existe conectividad hidrológica entre las mismas ya que el río Tapacalí que junto al Comalí forman el río Coco, el cual nace en esta área protegida. (ineter, 2006)

Ecosistemas del Área Protegida

Existen dos tipos de ecosistemas en el área protegida:

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

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

Fauna Silvestre

El ecosistema fluvial es pobre en especies, típico en ríos de poco caudal, aguas rápidas y fondo rocoso. Según pobladores y observaciones de campo se identificaron por su nombre común a diez especies de peces entre los que predominan los cíclidos. Hay presencia de una especie exótica, la tilapia *Oreochromis niloticus*. Se reporta la presencia de una especie de cangrejo Potamocoriscinus, nutria de agua *Lutra longicaudis*, y una especie de martín pescador *Ceryle alcyon*. En la década de 1970, había lagartos, *Crocodylus acutus*, de acuerdo a la versión de viejos pobladores.



Y actualmente se ha encontrado una especie de tortuga lagarto que es endémica de Colombia y ahora se tiene en el canon, esta sería endémica también de esta zona ya que en el resto del país no existe.

El arbustal deciduo alberga una mayor variedad de especies de valor cinegético como garrobos *Ctenosaura similis* y mamíferos como mapache, *Procyon lotor*, venado cola blanca *Odocoileus virginianus*, guardatinaja *Agouti paca*, guatuza *Dasyprocta punctata*, conejo *Sylvilagus floridanus*. Algo muy destacado en la fauna es la abundancia de insectos polinizadores (abejas nativas sin aguijón *Melipona sp*, y abejorros *Bombus sp*) debido a la numerosa presencia de arbustos, cactáceas y bromelias de vistosas flores. (Marena)

Especies de flora Silvestre

Zona de la plataforma del Cañón. Este hábitat está influenciado por el régimen de humedad de los ríos Tapacalí y Coco y sus variaciones de invierno y verano, recodos y pozas en las que crecen plantas acuáticas, las rocas que sobresalen de las aguas y sobre las cuales crecen líquenes, y los playones de arenas y sedimentos sobre los cuales crecen sauces y arbustos. Las especies dominantes son:

Líquenes, *Ludwigia octovalvis*, *Ludwigia peruviana*, *Ludwigia erecta* (Onagraceae), sauce, *Salix humboldtiana* (Salicaceae), *Calliandra molinae* (Mimosaceae), de esta especie solo se conocía de una población creciendo en áreas similares a la de esta zona en San José de Cusmapa. *Pistia striatiotis* (Araceae), bledo *Amaranthus spinosus* (Amaranthaceae), *Lemna aequinoctialis* (Lemnaceae), *Cleome speciosa* (Capparaceae), *Polygonum hydropiperoides* (Polygonaceae), *Hydrolea spinosa* (Hydrophyllaceae), *Eclipta prostrata* y florecilla *Sclerocarpus divaricatus*, (Asteraceae), especie que aparece sobre toda la orilla creciendo sobre las rocas cerca del agua, por sus colores muy llamativos adorna el paso del recorrido del Cañón.

Zona de la cumbre de los paredones y sus lados hasta una distancia de 50 metros. Hábitat influenciado por suelos pedregosos de poca profundidad. Las especies dominantes en la parte más conservada ubicada en el lado SE del Cañón son:

Sacuanjoche *Plumeria rubra* (Apocynaceae), roble *Tabebuia ochracea* (Bignoniaceae), ceiba *Ceiba pentandra* (Bombacaceae), laurel *Cordia alliodora* (Boraginaceae), guapinol *Hymenaea courbaril* (Caesalpiniaceae), *Licania arborea* (Chrysobalanaceae), verberilla *Cochlospermum vitifolium* (Cochlospermaceae), *Curatella americana* (Dilleniaceae), *Diospyros salicifolia* (Ebenaceae), *Lonchocarpus minimiflorus* (Fabaceae), talalate *Gyrocarpus americanus* (Hernandiaceae), *Hippocratea volubilis* (Hippocrateaceae), caoba del Pacífico *Swietenia humilis* (Meliaceae), cachito *Acacia cornigera*, carbón



Acacia pennatula, michiguiste *Pithecelobium dulce* (Mimosaceae), *Ximenia americana* (Olacaceae), *Ruprechtia costata* (Polygonaceae), *Thouinidium decandrum* (Sapindaceae), *Alvaradoa amorphoides* (Simaroubaceae), *Smilax spinosa* (Smilacaceae), *Luehea candida* (Tiliaceae), capulín negro *Trema micrantha* (Ulmaceae), *Asthianthus viminalis* (Bignonaceae), esta especie es rara y debería de estar en la lista. (Marena)

Uso Potencial de Suelos

Los suelos del cañón de Somoto se encuentran sobre los paredones que rodean al Cañón, estos suelos por ubicarse en pendientes arriba del 75 % se catalogan como fuertemente escarpados. De acuerdo a la clasificación de suelos usada por el MAGFOR, pertenecen a la clase número VII de capacidad de uso de suelo. Esta clase no reúne las mínimas condiciones para agricultura, uso forestal, ni de ningún tipo. Estas tierras sólo tienen utilidad para preservación de flora, fauna y belleza escénica. (Marena)

Situación Ambiental

A pesar de que el cañón de Somoto es parte de las Áreas Protegidas del país, no se le está dando la importancia adecuada a su plan de manejo, ni a su categoría como Monumento Nacional, ya que sus pobladores están deteriorando o implementando técnicas inadecuadas para la agricultura, aprovechando las aguas del río en verano, este en verano tiene un caudal menos fuerte, también implementando una ganadería extensiva y no intensiva por lo que el Ganado abarca más terreno del que debería deteriorando la flora Silvestre. (Marena)

LEYES QUE SE APLICAN PARA LA PROTECCION DEL MONUMENTO NACIONAL AL CAÑON DE SOMOTO

- Ley 217, ley general del medio ambiente y los recursos naturales.
- Ley 605, ley que declara Área Protegida en la categoría de Monumento Nacional al Cañón de Somoto.
- Decreto 01-2007 reglamento de Áreas Protegidas.
- Ley 620, ley general de aguas nacionales.
- Ley 641. Código penal.
- Ley 40 y 261, ley de municipios.
- Ley 452. Ley de solvencia municipal.



PRINCIPALES TEMAS PARA EL MANEJO DEL ÁREA PROTEGIDA E INSTRUMENTOS LEGALES:

Conservación del área protegida

La conservación del Cañón se garantiza por medio de la Ley 217, la Ley 605 o Ley que declara área protegida al Cañón de Somoto y el Reglamento de Áreas Protegidas. Los arts. 17 y 18 de la Ley 217 establecen la creación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas y los objetivos de creación de las Áreas Protegidas. La Ley 217 en su artículo 20 establece que las áreas protegidas solo se establecen por ley. La Ley 605 en base a lo dispuesto en el artículo 20 de la Ley 217 declara Área Protegida al Cañón de Somoto en la categoría de Monumento Nacional. El Decreto 01-2007 define los objetivos de manejo y las directrices para la administración de los Monumentos Nacionales.

Conservación del agua

El agua en su cantidad es el elemento más amenazado del Cañón. Toda el agua que circula por el Cañón se origina en las cuencas de los ríos Tapacalí y Comalí. En consecuencia se requiere de un enfoque de manejo de cuencas para conservar a largo plazo las aguas del Cañón. La base legal pertinente es la Ley General de Aguas Nacionales y Resoluciones Ministeriales del MARENA, en los siguientes aspectos:

Aprobar mediante Resolución Ministerial del MARENA el plan de manejo de la Reserva Tepesomoto, ya formulado pero aún no aprobado, en donde nace el río Tapacalí. Con el plan de manejo aprobado se establecen mejores condiciones para la protección del río Tapacalí

Formar en base a lo dispuesto en los capítulos III y IV de la Ley General de Aguas Nacionales el Organismo de Cuenca y el Comité de Cuenca de la Subcuenta del río Tapacalí para el manejo de la cuenca del río Tapacalí.

Emitir como Organismo de Cuenca de la Subcuenta del río Tapacalí en base a lo dispuesto en los artículos 41 y 43 de la Ley 620 autorizaciones para captación del agua en base a un plan para el uso regulado de las aguas del Tapacalí.

Destinar un monto de los ingresos generados por la actividad turística en el cañón de Somoto como pago por servicios ambientales a los propietarios que conserven los bosques y los suelos de las áreas de recarga del Tapacalí. Se debe priorizar a los propietarios de los bosques de robles y pinos en la zona de Buena Vista en el municipio de San José de Cusmapa en donde nace el río Tapacalí. La Ley General de Aguas Nacionales en sus artículos 94 y 95 contempla el llamado pago por servicios ambientales del recurso hídrico. (Asamblea nacional)



EL CAÑÓN DE SOMOTO COMO DESTINO TURISTICO

El cañón es un destino que ofrece un ambiente único en nuestro país. Desde la entrada por el camino del Valle de Sonís, que es la más utilizada, se empiezan a apreciar panoramas de bosque seco, con árboles de pequeña altura y fauna propia del lugar.

A medida que se avanza y se acerca el cauce seco del río Coco, el camino se vuelve arenoso y empiezan a aparecer corrientes de agua que limitan el acceso a vehículos bajos. La topografía va cambiando hasta que se levanta en un solo paredón, que anuncia el inicio del cañón. Entre las fracturas de la roca misma que lo forman, se pueden ver crecer orquídeas, brómelas y cactus.

Además de apreciar su belleza escénica, el lugar permite varias actividades.

Se puede caminar por un trecho, sobre el suelo de roca pulida, a la orilla del agua y entre los altos paredones. También se puede recorrer aproximadamente 300 metros del cañón en pequeños botes que los lugareños han dispuesto para facilitar el acceso; el precio de esta facilidad es de C\$20 por persona, ida y vuelta. Para mayor entretenimiento, otra actividad es recorrer el curso del agua sobre neumáticos de camión inflados, que los visitantes pueden usar a manera de flotadores acuáticos; esto tiene un valor de C\$40 por persona.

Aparte de su utilidad para avanzar a través del cañón, las frescas aguas son una de las razones principales por las que generaciones de familias norteñas lo conocen y lo visitan para refrescar sus veranos.

En los últimos años, con la promoción turística, y con ayuda de INETER, se definieron algunos senderos que pueden ser recorridos por los visitantes, a través de los caminos más seguros. Estos se dirigen a miradores que permiten apreciar la belleza escénica de los alrededores.

Algunos guías de la zona ofrecen paseos a caballo y almuerzo en alguna casa de la comunidad de Sonís, cuyos habitantes son los encargados de administrar las actividades turísticas del cañón en esta zona; venden bebidas para refrescarse, y con previo aviso pueden organizar alojamiento para quienes deseen permanecer allí. (Intur)

SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL CAÑÓN DE SOMOTO

La ley nacional que regula la actividad turística dentro del área protegida es la 217 o ley general del medio ambiente. El artículo 22 de la ley 217 define que el MARENA estará a cargo de la normación y control en las Áreas Protegidas. Luego el artículo 77 de la misma ley determina que el establecimiento de servicio de turismo, transporte, recreación, o



deporte en ríos y la ocupación de playa o riveras de ríos requerirá de autorización previa por las instituciones con mandato. En este caso la institución con mandato para autorizar servicios turísticos, transporte y recreación en ríos, playas y riberas situadas dentro de un área protegida es el MARENA.

El turismo que se da en esta área es un turismo sin chimenea que ha venido a fortificar la economía de esta comunidad y sus pobladores.

Actualmente existe una gran demanda para lo que es visitar el cañon de Somoto, cada año son miles de visitantes los que recibe, pero este año hasta el momento es el año que más visitas lleva en lo que va del segundo semestre del 2014, ya que el destino cada día se vuelve más popular, Cada vez los servicios son mejores dejando al visitante con motivación para regresar y vivir de nuevo esa grata experiencia, por lo que se debe realizar diferentes actividades de la forma más responsable, siguiendo los modelos sostenibles, ya que el turista busca un turismo alternativo.

Teniendo un comité de información turística en la comunidad de sonis, estos son los encargados de brindarle al turista la información necesaria para su tour, encargados así de la seguridad de este. Por lo que de esta manera la situación del turismo en el cañón cada día es mejor. (Intur)



Capítulo III: Situación actual de los servicios Turísticos de la Quinta San Raphael

Facilidades existentes y servicios turísticos disponibles en Quinta San Raphael del Cañón de Somoto

Misión

Quinta San Raphael del cañón, somos una empresa dedicada al servicio de: alquiler de cabañas, casas de campañas, tours en cuadra ciclos o caballos ofrecemos un ambiente eco amigable con el medio ambiente donde su estancia será inolvidable

Visión

Quinta San Raphael del Cañón, somos una empresa que protegemos el medio ambiente con el objetivo de garantizar la sostenibilidad de la misma y de garantizar el desarrollo de la comunidad de Sonís.

Valores

- Responsabilidad social y empresarial
- Honestidad
- Ética profesional
- Orden
- Respeto
- Puntualidad

Alojamiento: la quinta está dividida en 4 cabañas, estas son:

- Una **casa colonial** "Cabaña Madroño" con tres habitaciones, con una capacidad para 8 personas. (una habitación con una cama matrimonial y dos unipersonales, la otra con dos unipersonales, y otro cuarto con colchones inflables) una cocina equipada, un baño, mesa, hamacas, sillas.
- **Cabaña la Ceiba:** con cuatro habitaciones y una capacidad para 12 personas, esta cuenta con: mesa de billar, un cuarto cama matrimonial "Queen" con baño, barbacoa, hamacas, mesas sillas. Segundo piso: Cocina equipada, refrigeradora, Sala comedor, Sofás, televisión, equipo de sonido, deck (área de estar) mesas, sillas. Tercer piso: Tres cuartos con cama matrimonial, baños, sofás, sillas, mesas, una cama-sofá matrimonial, deck (área de estar).
- **Cabaña Guayacan:** con dos habitaciones y una capacidad para 7 personas. Primer piso: una cama matrimonial y una unipersonal, cocina equipada, refrigeradora, sillas, mesas, baños internos, áreas libres.



Segundo piso: dos camas matrimoniales, sillas, mesas, baño interno. (Fuente propia)

- **Cabaña Pochote:** con una habitación y una capacidad de 6 personas. Primer piso: Sala, comedor, cocina equipada, sillas, mesas, hamacas.
Segundo piso: Un solo cuarto grande, tres camas matrimoniales, sillas, baño interno.

Todas ellas con un gran confort teniendo muchas facilidades básicas, cabe destacar que la cabaña la ceiba es la más lujosa y posee más extras que las otras.

Alimentación: actualmente se ofrece un servicio de alimentación, que es solicitado a la administración, ya que no cuenta con una área de restaurante o cafetería exclusivamente para esto, este es brindado cuando hay reservaciones de grupos grandes se solicita una cocinera de la comunidad y en grupos pequeños estos se hacen en una casa de la comunidad y es traído a la cabaña del huésped, también como estas cabañas cuentan con el área de cocina los huéspedes pueden cocinar a su gusto.

Guías Turísticos: este servicio se presta para cuando se realizan los paseos guiados, los guías son capacitados por el INTUR, estos son el mismo personal que trabaja en la quinta, también están los guías de la comunidad, estos trabajan en conjunto, los precios ya están incluidos en el paquete que se ofertan, pero el huésped o turista decide qué tipo de recorrido realizara para establecer su precio.

Otros servicios turísticos

Alquiler de cuatriciclos: la quinta posee el alquiler de cuatriciclos para la realización de algunos recorridos ya sea dentro de la propiedad o fuera, en los tours del cañón.

Alquiler de caballos y burros: estos para dar un paseo y vivir una aventura.

Estos no están incluidos en los paquetes por lo que su precio es aparte, según la preferencia del turista.

Es en general un turismo que facilita vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad, ayuda a recuperar el equilibrio físico y psicológico del turista y hace posible la comprensión de la realidad de la comunidad, mediante la convivencia auténtica y espontánea.

Los beneficios se reflejan de manera directa en el desarrollo de la quinta y la comunidad. La demanda turística de los espacios naturales es importante e interesante para la creación y



desarrollo de nuevos servicios, así como los eventos realizados en la quinta para que la comunidad aproveche la venta de sus productos.

Un atractivo adicional que es motivo de viaje a estos espacios es la tranquilidad, a la que se suma la belleza paisajística. Son lugares en los que se puede reposar excelentemente. El turismo rural comunitario se desarrolla en el entorno a la quinta, con una organización y capacitación otorgadas por el INTUR y el MARENA. (fuente propia)

Infraestructura

Energía: cuenta con su suministro eléctrico proveniente del municipio de Somoto.

Agua: en la quinta se encuentra uno de los 4 pozos artesanales de la comunidad para brindarle el abastecimiento de agua y sustentar sus necesidades, ya que este fue iniciativa del propietario.

Comunicación: se cuenta con telefonía móvil de claro e internet inalámbrico, cabe destacar que en muchas zonas de la quinta no hay señal ya que esta pierde por momentos.

Recursos turísticos

Caracterización de la Quinta San Raphael.

Ubicación Geográfica

La Quinta San Raphael se localiza en el kilómetro 230 de la carretera panamericana, en la comunidad de Sonís, entrada al Área Protegida Monumento al Cañón de Somoto, en la Ruta del Café, la extensión de la propiedad es de 20 manzanas, repartidas de la siguiente manera.

La Quinta san Raphael perteneció al señor Marco Tulio Obando, quien solo la mantuvo en su poder durante 6 años en este tiempo la propiedad no poseía ningún nombre, luego se la vendió al actual propietario hace 8 años al señor Ricardo Bolaños Davis, el cual ha venido haciéndole muchos cambios de ese tiempo al actual.

La iniciativa de la Quinta para convertirse en un alojamiento es decisión del propietario al darse cuenta de los gastos que generaba por su mantenimiento la propiedad, para sustentar estos gastos nació la idea de convertirla en un alojamiento para el turista. Su nombre se debe al cariño que le tiene a su nieto que se llama Raphael, pero este a su vez debe su nombre al arcángel "San Raphael". (Fuente propia)



Inicios en Turismo

Fue a partir del 2011 que se dieron los primeros intentos de iniciar en turismo, hasta la fecha son 3 años de trabajo y atención a grupos de turistas.

Todo empezó con la creación de la cabaña la Ceiba, diseñada hace 5 años para el uso del propietario, y dos años después la construcción de las otras cabañas y remodelación de la casa quinta, diseñada para grupos, familias, estudiantes y turistas que viene en busca de un destino de enlace con el medio ambiente. Para este proyecto la iniciativa actuó con fondos de su propio capital para la construcción de toda la infraestructura.

Descripción de atractivos turísticos

Quinta San Raphael

En el Kilómetro 230 carretera Panamericana, Somoto se encuentra ubicada la Quinta San Rafael propiedad del señor Ricardo Bolaños Davis la cual tiene tres años de funcionamiento en materia turística, en la cual se ofrecen los servicios de hospedaje en cuatro diferentes cabañas estas están debidamente equipadas para que la estancia del visitante sea confortable como también casas de campañas, alquiler de cuadriciclos, burros, y caballos. Y para su plena seguridad al momento de realizar el recorrido por el grandioso Cañón de Somoto ofrece kayaks, canoas, y lancha inflables para que su experiencia sea inolvidable.

Es un confortable alojamiento de montaña, ubicada en la área protegida monumento al cañón de Somoto en el municipio de Somoto. Cuenta con servicios de cabañas muy atractivas por su diseño y comodidad, estas muy bien equipadas con su cocina y salas de star, y muy diferentes unas de las otras un estilo único en armonía con el medio ambiente, toda la comodidad de una casa de ciudad en una cabaña ubicada en un paisaje natural.

Mesa de billar, hamacas, tv. Plasma, barbacoas, refrigerador, cocinas, chimeneas, sofás, terrazas con vistas espectaculares al río coco, esto y más te ofrece Quinta San Raphael.

Área de camping

Esta es una área de la propiedad muy bien equipada y diseñada para la recreación y actividades de camping y picnic, actividades grupales, familiares modificado especialmente para satisfacción del turista en busca de diversión y aventura saliendo de lo cotidiano, con noches de fogatas, barbacoas y música con un grupo de la comunidad, área muy bien iluminada con una capacidad para 98 personas con tiendas de acampar de todo tamaño para que el visitante pueda disfrutar al aire libre de su estadía en Quinta San Raphael, cabe destacar que esta área de camping se encuentra a la orilla del río coco, donde podrás



apreciar las estrellas, y una luna espectacular, y también el amanecer con las aves sobrevolando la zona.(fuente propia)

Servicios que se ofrecen actualmente

Tour al Cañón de Somoto

Tenemos diferentes recorridos, lo del tiempo es como referencia pero el tiempo lo decide el turista.

Recorrido corto

Opciones

1. Caminar, montar a caballos, cuadra ciclos(en la parte de seca o arena) distancia 4 km de ir y regresar, punto de salida Quinta San Raphael
2. En al agua (en lancha de remos de 12 personas, lancha inflables, kayak, neumáticos, nadar con flotador y salvavidas bolsas especiales para cámaras y celulares)
3. En lo seco o arena la distancia es 4 km + 1.5 km en el agua (en este recorrido vamos contra la gravedad del agua y regresamos por el mismo lugar)

Costo \$ 13 Dólares x persona

¿Qué incluye? Botella de Agua purificada, Pago entrada al cañón, guía turístico local avalado por, INTUR, lancha de remos 1,600 metros, salvavidas.

Conocemos un 40% del cañón de Somoto

Nota. Cuatro personas mínimo, menor de esta cantidad pagan un 20% mas...

Recorrido medio

Opciones

1. Caminar, montar a caballos, cuadra ciclos para poder llegar al cañón distancia 7 km de ir y regresar, punto de salida Quinta San Raphael
2. En al agua (Neumáticos, salva vidas, lancha inflables, kayak, lancha de remos, bolsas especiales para cámaras y celulares)
3. En lo seco o por senderos la distancia es 7 km + 2.5 km en el agua (en este recorrido vamos a favor de la corriente del rio y miramos de larga distancia donde nace el rio coco)



Conocemos un 80% del cañón de Somoto

Costo \$ 14 Dólares x persona

¿Qué incluye? Botella de Agua purificada, Pago entrada al cañón, guía turístico local avalado por, INTUR, neumáticos o flotador, lancha de remos 800 metros, salvavidas.

Nota. Cuatro personas mínimo, menor de esta cantidad pagan un 20% mas... (Fuente propia)

Recorrido largo

Opciones

4. Caminar, montar a caballos, cuadríciclos para poder llegar al cañón distancia 8 km de ir y regresar, punto de salida Quinta San Raphael
5. En al agua (Neumáticos, salva vidas, lancha inflables, kayak, lancha de remos, bolsas especiales para cámaras y celulares
6. En lo seco o por caminos la distancia es 8 km + 3.5 km en el agua (en este recorrido pasamos por el rio Comalí y el Tapacalí y observamos donde nace el rio coco que lo conocemos los lugareños como los encuentros, conocemos cuevas y vamos a favor de la corriente del agua)

Conocemos un 100% del cañón de Somoto

Costo \$ 15 Dólares x persona

¿Qué incluye? Botella de Agua purificada, Pago entrada al cañón, guía turístico local avalado por, INTUR, neumático o flotador, lancha de remos 800 metros, salva vidas.

Nota. Cuatro personas mínimo, menor de esta cantidad pagan un 20% mas...

Recorrido a los miradores

Opciones

Caminar, montar a caballos, cuadra ciclos para poder llegar hasta los miradores del cañón distancia 5 km de ir y regresar, punto de salida Quinta San Raphael

Conocemos un 20% del cañón de Somoto con vistas panorámicas.

Costo \$ 7 Dólares x persona

¿Qué incluye? Botella de Agua purificada, Pago entrada al cañón, guía turístico local avalado por, INTUR.

Nota. Cuatro personas mínimo, menor de esta cantidad pagan un 20% mas...

Adicionales: Los caballos, burros, cuadra ciclos es adicional, kayak, lanchas inflables...

Caballos, burros \$ 10 Dólares el Tour

Cuadra ciclos \$ 25 Dólares el Tour

Lancha y kayak \$ 25 Dólares el Tour

Con los Grupos, Estudiantes, precios Negociables (fuente propia)



Capitulo IV: Propuestas de Estrategias de Marketing Turístico de la Quinta San Raphael

Para el diseño de la propuesta estratégica se contó con la colaboración del administrador de la Quinta, esto fue posible a través de la aplicación de entrevistas a los turistas que se alojaron en este tiempo, lo que facilitó identificar las diferentes debilidades en planificación turística partiendo de lo antes mencionado surge una propuesta enfocada en el diseño de un paquete turístico, diseño de una página web, elaboración de brochour de información turística sobre los paquetes y servicios ofrecidos por la quinta, tarjetas de presentación el cual se detalla a continuación.

Paquete turístico en la Quinta San Raphael

La propuesta del paquete turístico en la Quinta, surge para incrementar el turismo y la actividad socioeconómica fortaleciendo a la comunidad de Sonís, el diseño del paquete turístico pretende ser una acción que incida en la planificación para desarrollar la oferta de los atractivos y servicios brindados en este destino, para captar la afluencia de turistas de diferentes zonas.

PAQUETE # 1

Paquete Turístico “Tesoros de Rocas” Cañón de Somoto y la Patasta

3 Días / 2 Noches para 12 / 15 personas un día antes, llegada a Estelí es necesario estar en la ciudad para evitar contratiempos y salir temprano hacia nuestro destino.

Primer día: recepción/ traslado a la Quinta San Rafael

- Punto de partida en el hotel que se aloje todo el grupo
- Recepción en la quinta, ubicación de cabañas
- recorrido largo al cañón de Somoto (opción de cambio al recorrido)
- Fogata y música en vivo

Segundo Día: recorrido a la reserva natural Patasta

- Salida a la Patasta de la quinta san Rafael
- Ubicación en cabañas o en casas de acampar (elegible)
- Senderismo, recorrido a las plantaciones de fresas (actividades agro turísticas)
- Juegos deportivos disfrutando de una noche dinámica.

Tercer día:

- Avistamiento de aves (guía especializado)
- Recorrido a la sabana (vistas panorámicas)
- Retorno a la ciudad de Estelí pasando Somoto, por talleres de rosquillas



Costo: \$ 90 dólares por persona,

“ATREVETE A LA AVENTURA, GOZANDO DEL CONFORT CAMPESTRE”

Opciones de renta de caballos y burros, cuatriciclos, kayaks para los recorridos.

Ropa adecuada, tenis, repelente, etc.

Itinerario

Día 1:

- 7 am salida del hotel ya programado en la ciudad de Estelí hacia la Quinta,
- 9 am llegada a la Quinta San Raphael y recibimiento por el administrador y guías de turistas, con un coctel de bienvenida a base de frutas de la temporada y café con rosquillas. Posteriormente se brindara una charla de información sobre las instalaciones y el paquete y se instalaran en sus cabañas. Permitiendo al visitante familiarizarse con el personal que les atenderá y así conocer el itinerario para los días siguientes.
- 12:15 almuerzo en el área predestinada para ello, siempre dentro de las instalaciones de la Quinta, rodeado de confort y amabilidad que nos caracteriza.
- 1: 30pm salida hacia el recorrido largo al cañón de Somoto, con opciones de hacerlo caminando, montando a caballo o una parte en cuatriciclos, donde viviremos una serie de aventuras, donde podremos apreciar la flora y fauna de lo que es el cañón de Somoto y sus formaciones rocosas con grandes alturas y las cuevas formadas ahí, será toda una aventura, una parte se realiza en tierra y la otra por agua para ello se llevaran neumáticos, salvavidas, lanchas, inflables, será una experiencia inolvidable.
- Observaremos donde nace el imponente rio coco, Conocemos un 100% del cañón de Somoto.
- 6:30pm estaremos de regreso en la Quinta donde descansaremos un rato.
- 7:30pm tendremos la cena con una barbacoa y una fogata en el área de camping y ahí se tendrá la participación de los músicos de la comunidad.

Día 2

- 7:30am desayuno
- 9:00am salida de la Quinta en el transporte ya contratado, hacia la Reserva Natural La Patasta, el pulmón de Madriz, a una distancia de 33km de la comunidad de sonis, donde podremos observar el cambio de la flora y fauna con respecto a la del cañón de Somoto.
- 11:00am reconocimiento de la zona y una charla sobre la reserva natural, aquí podremos elegir si nos quedaremos en casas de campaña o en las cabañas es elegible.
- 12:15 almuerzo en este nuevo destino.
- 1:30pm realizaremos senderismo, visitando las plantaciones de fresas, con una duración aproximadamente de 3 horas.



- Nota: recomendamos realizar los senderos con zapatos y ropa adecuada, siguiéndolas instrucciones para evitar cualquier tipo de accidentes. La reserva natural La Patasta posee un clima completamente más frío que el de la reserva del cañón de Somoto, por lo cual es necesario llevar un abrigo.
- 5:00pm regresando a las cabañas un breve descanso
- 6:30pm cena
- 7:30pm actividades recreativa, con noches de cuentos y leyendas.

Día 3

- 5:00am avistamiento de aves con un guía especializado en aves.
- 7:00 am desayuno
- 9:00am recorrido a la sabana donde podremos tener vistas panorámicas de San José de Cusmapa
- 12:00m saliendo hacia la ciudad de Esteli pasando por los talleres de rosquillas de la ciudad de Somoto con dinámicas de despedida.

Fin del Paquete.



PAQUETE #2

Paquete Turístico “Simplemente Aventurero”

2 día / 1 noche

Primer día:

- Llegada a la quinta recepción
- Reconocimiento del área
- Tour medio al cañón de Somoto

Segundo día:

- Recorrido por el sendero hacia el mirador de la quinta
- Despedida y salida

Este paquete es diseñado para las personas con menor tiempo, pero que en realidad desean conocer el cañón de Somoto, este es un paquete para 4/ 6 personas con un costo de \$45

Nota: reservaciones previas, no incluye los cuadríciclos, caballos o burros en este precio.

Día 1

- 9: 00 am llegada a la quinta, una bienvenida con un desayuno de frutas
- 11:00am recorrido por las estancias de la quinta, reconocimiento de las actividades agro y eco turísticas.
- 12:30 m almuerzo en la cabaña la ceiba
- 2:00 pm tour medio al cañón de Somoto, donde conoceremos el 80% del cañón, donde podremos hacer el recorrido caminando o montando a caballo o una parte en cuadríciclos y podremos observar la flora y fauna de esta zona.
- 5:30pm regreso a la quinta y descanso
- 6:45pm cena
- 7:30 noche de fogata música, cuentos y leyendas.

Día 2

- 8:00 am Desayuno
- 9:15 am recorrido al mirador de la quinta
- 11:00 am despedida dinámica
- 12:15 salida de la quinta.
- Fin del paquete.



Diseño de la Pagina Web

En el inicio del presente siglo la actividad turística pasa por momentos de grandes cambios haciendo necesario que las empresas públicas y privadas, los residentes y turistas establezcan nuevos paradigmas (valores, metodologías y técnicas) para que sea posible desarrollar un turismo más correcto y adecuado a la realidad y necesidades de cada destino turístico. Las nuevas tecnologías digitales son las principales responsables por estos cambios que afectan al turismo. Es importante señalar que, además de las estrategias de comunicación y comercialización normalmente desarrolladas a través de la web, es fundamental crear ciertas estrategias enfocadas especialmente a la sensibilización turística para que de esta manera se logre desarrollar un turismo más sostenible sin la utilización correcta y adecuada de las estrategias basadas en los recursos, estructuras, diseños, productos, servicios e información que puedan estar disponibles en los sitios web.

La web es un medio de comunicación que ofrece una gran oportunidad, para desarrollar un turismo más sostenible para el destino, pues a través de la web es posible hacer que los turistas y residentes obtengan un mayor conocimiento de la ubicación de la Quinta San Raphael, fomentando una mayor sensibilización ambiental, social, económica del área, que podrá generar una mayor valoración del lugar, mientras que la quinta en el proceso tendrá a su disposición un nuevo canal de distribución de sus productos y servicios.

Es importante mencionar que la página web llevara imágenes del destino turístico, ya que es esta, la que venderá a través de la percepción de la imagen turística, motivando o desmotivando al usuario de la página en este caso sería el turista. (Fuente propia)

Estrategia visual “ Creación de un brochure”

Debido a la creciente necesidad de identificación por parte de las empresas a través de los logotipos y las marcas, la creación de una estrategia de identidad visual ha dejado de ser un tema exclusivo, de las grandes multinacionales para formar parte de los pilares básicos del plan empresarial a la hora de crear cualquier identidad o marca.

Por esto la necesidad del cambio y modernización del brochour anterior ya que la tecnología hace que los folletos informativos después de cierto tiempo caduquen, toda publicación tiene un ciclo de vida, estas propuestas cambian según la temporalidad, estos podrían variar con una estrategia visual de verano e invierno. (Fuente propia)



Estrategia visual de comercialización “spot publicitario”

Creación y diseño de un video publicitario en el que se mostrara los diferentes paquetes a ofrecer, siendo esto una forma de enamorar al futuro visitante y turista de manera visual para que este compre y goce de nuestros paquetes turísticos.

Estrategia visual “Creación de un logotipo”

Las empresas consideran de suma importancia la planificación de estrategias de comunicación para la creación de un diseño de un logo o logotipo que es la marca que identifica a la empresa.

El logotipo nos proporcionara identidad, diferenciación, seriedad y legitimidad, tanto si funciona localmente como a gran escala, el logotipo mínimo recurso básico de identificación visual y de recomendación de la empresa por parte de los usuarios.

La quinta posee un logo muy peculiar relacionado con lo que es el cañón de Somoto, consideramos que el mercado es cambiante, dinámico, por lo tanto necesitamos adaptarlo a la nuevas tendencias, demandas y actualizarlo. Y aquí nace nuestra propuesta de estrategia de un nuevo **logotipo**. (Fuente propia)

Tarjeta de presentación

Es una interesante estrategia de marketing, esta es muy útil para que nuestros clientes tengan a mano la información de contacto y contribuye a reforzar la imagen del establecimiento.

Esta la entregaremos a cada turista que nos visite para que así a la hora de regresar no tenga inconvenientes en contactarnos para realizar sus reservaciones

Estrategia de Correspondencia Dirigida

También incluiremos la solicitud del correo electrónico del huésped para así estarle enviando información de los nuevos paquetes, promociones y actividades que se realizaran en la Quinta, para que pueda estar informado y así decida en que momento regresar según su motivación personal.

Presencia activa en las redes sociales

Se optara por mantenerse activo en las redes sociales y estarse actualizando regularmente con los videos y fotografías de las aventuras vividas por los turistas, para así mantener y atraer a nuevos clientes.



Regalías y suvenires

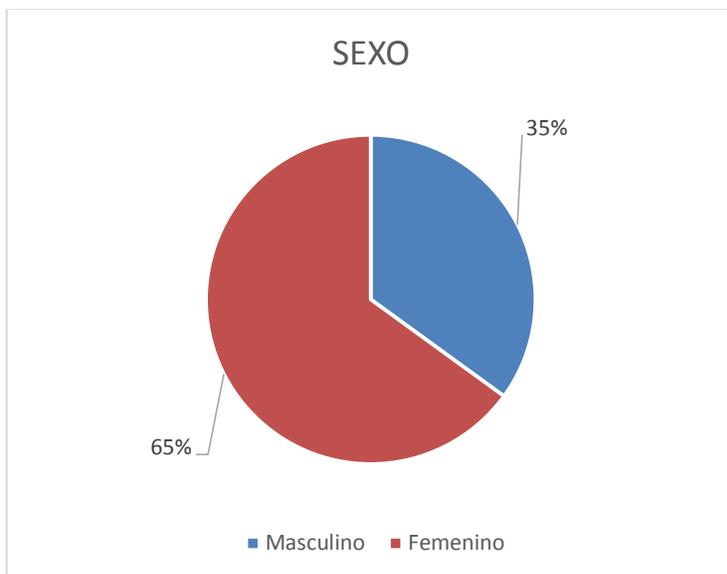
Se obsequiaran a los clientes habituales, diferentes tipos de regalías estos podrían ser una noche de alojamiento gratis, la estadía de una tercera persona gratis, una noche bohemia. En suvenires sería una artesanía. Regalías de materiales promocionales como: gorras, camisetas, lapiceros, llaveros con anuncios de la Quinta.

Usos de testimonios

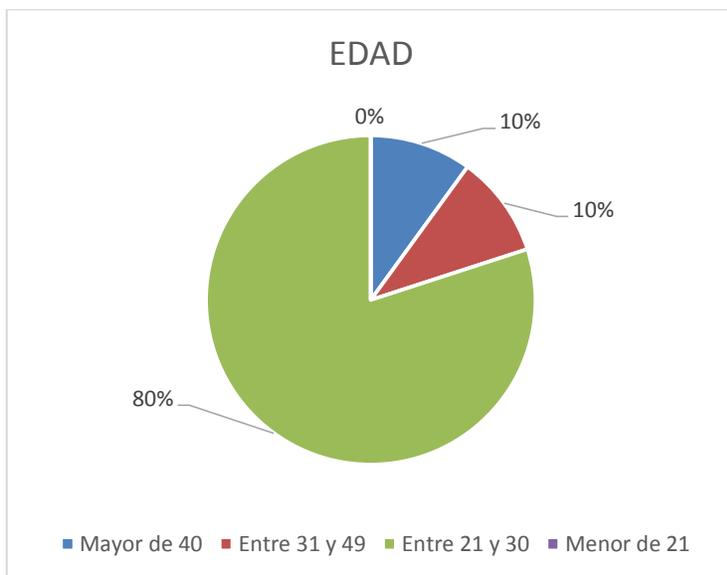
Estas son recomendaciones de clientes con sus conocidos, pero lo más importante es es que surge por el nivel de satisfacción. Es como hablar de la regla 3/11 esto significa que una persona con una gran satisfacción hablara bien del destino con 3 personas, y una persona satisfecha hablara mal con 11 personas. (Fuente propia).



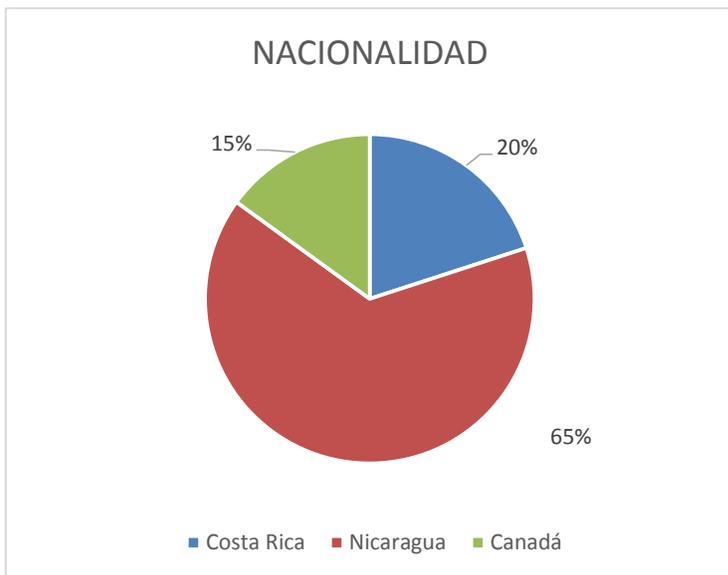
Capítulo V: Diagnóstico del nivel de satisfacción del visitante.



El 65% grupos que visitan la quinta están conformados en su mayoría por mujeres, y el 35% son hombres



El 85% de los visitantes corresponden a un segmento joven, ya que es un turismo de aventura.



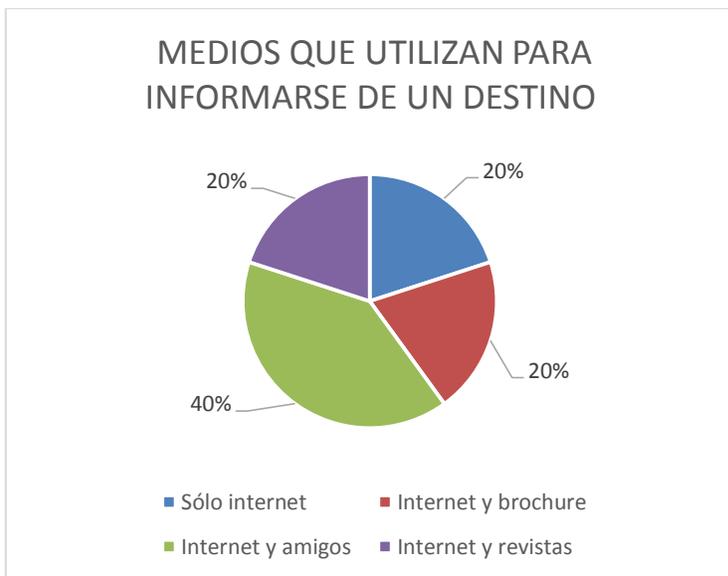
Se observa que el 65% de visitantes son nacionales, y la otra gran mayoría son costarricenses, seguido de un grupo norteamericano, estos resultados son similares a los resultados emitidos en el boletín estadístico del INTUR, donde dice que la mayoría de turistas son provenientes de Centroamérica.



El 100% de los turistas visita la quinta por ubicación que es en el área protegida momento al cañón de Somoto.



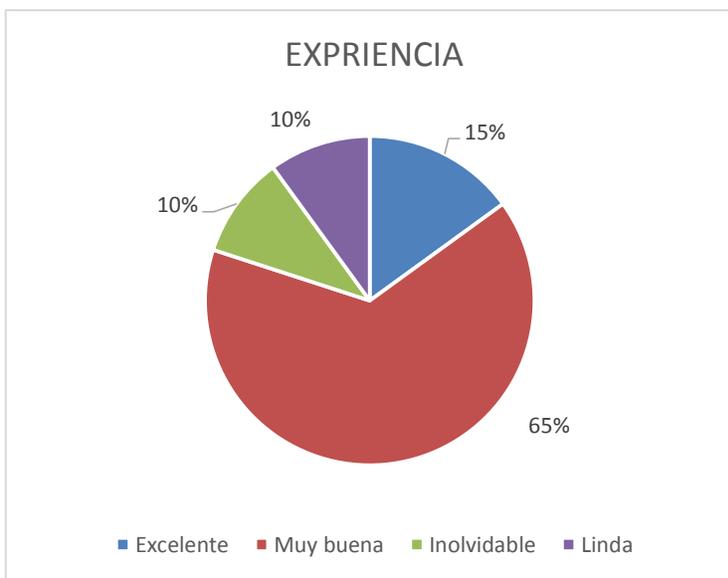
El 65% de turistas viajan por dos días, y el otro 35% por 1 día para realizar actividades turísticas en sus días libres.



El 40% de los turistas usan el internet y el 60% usan brochures, revistas, esto debido a que el segmento de mercado es joven.



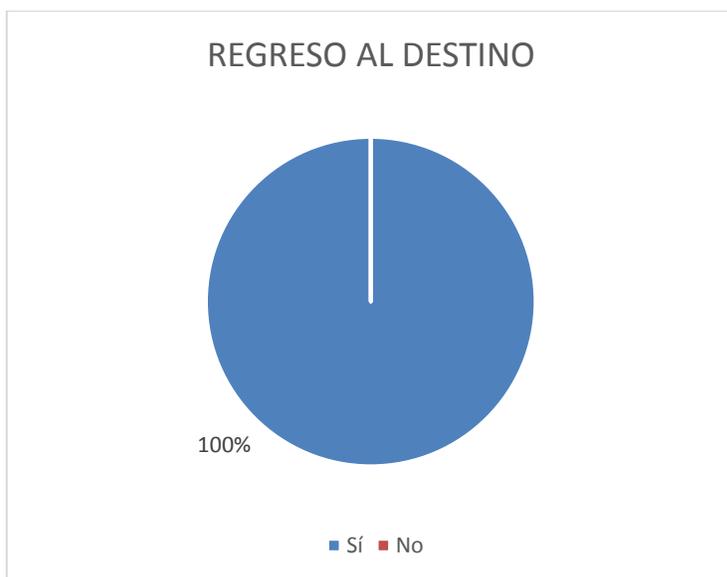
El 100% de los turistas que visitan la quinta San Raphael es para conocer el cañón de Somoto es la motivación principal.



El 65% de los encuestados tuvieron una muy buena experiencia y el otro 25% por ciento fue lindo y excelente.



En correspondencia con sus experiencias positivas del cuadro anterior el 100% recomienda el destino a otras personas.



El 100% de los turistas volverían a repetir la experiencia vivida.



Casi el 100% de los encuestados llegaron a la misma respuesta que sería la creación de un área de alimentos y bebidas y una recepción.



El 70% de los turistas encuestados realizan turismo de aventura y comunitario y el otro 30% realizan camping y caminatas.



El 100% de los turistas encuestados piensan luego, que todas las actividades realizadas no alteraban ni perjudicaban el medio ambiente, en el cual se encuentra la quinta.



CONCLUSIONES

En este trabajo de investigación abordamos una propuesta de marketing turístico que contribuya al desarrollo socioeconómico y cultural en que se encuentra ubicada quinta San Raphael, con el fin de aumentar el número de visitantes que recibe anualmente.

- Con la caracterización del entorno geográfico, socioeconómico y cultural podemos darnos cuenta del fácil acceso y las oportunidades con la que cuenta por su ubicación contando con un gran potencial de recursos naturales que el turista desea visitar y que se encuentran en el mismo entorno.
- Con la evaluación de la situación actual de los servicios turísticos de la quinta podemos notar que el potencial con el que cuenta este destino, obteniendo así grandes ventajas sobre otros prestadores de servicios y logrando analizar un FODA, que nos permita visualizar cuales serían las estrategias de marketing a implementar.
- El objetivo ha sido realizar una propuesta de estrategias de marketing turístico para el fortalecimiento y posicionamiento de la quinta en el mercado nacional e internacional, es por eso que hemos realizado una serie de estrategias tanto visuales como comerciales dirigidas a los turistas tanto nacionales como internacionales, ya que podrán tener información del destino a través de las estrategias implementadas enfocadas en el posicionamiento del mercado turístico.
- Con el diagnóstico del nivel de satisfacción de los visitantes podremos contar con información que nos ayude a mejorar los servicios prestados en la quinta y que el visitante demanda a la hora de visitar el lugar.



RECOMENDACIONES

Estas recomendaciones están dirigidas al propietario de la quinta San Rafael para que se puedan desarrollar y obtener un mejor beneficio de ellas.

- Establecer una venta de souvenir donde los turistas y visitantes puedan comprar lo que les hace falta, también comprar alimentos para cocinar en las cabañas ya que estas tienen cocinas. (generalmente se dejan las cocinas para que los propios visitantes compren su comida y tengan la posibilidad de cocinar dentro)
- Construcción de una recepción donde los huéspedes puedan solicitar los servicios brindados por la quinta o información acerca de la zona respecto al turismo rural comunitario.
- Brindar el servicio de alimentos y bebidas estableciendo una pequeña cafetería, que permanezca abierta de viernes a domingo en temporada baja y temporada alta toda la semana.
- Desarrollar actividades recreativas para los huéspedes que no poseen un paquete, incluirlos en las actividades ya desarrolladas para los compradores del paquete.
- Incluir la venta de rosquillas ya que son muy típicas del municipio de Somoto.
- Alianzas con tour-operadoras en la búsqueda de promoción de la Quinta y sus actividades ecoturísticas.
- Crear un procedimiento tipo pasantías entre universidades u organizaciones locales.



Propuesta de Marketing Turístico Para el Desarrollo Socio Económico de Quinta San Raphael, Valle de Sonís

ANEXOS

Brochour antiguo

¡EL TOUR MÁS ASOMBROSO DEL CAÑÓN DE SOMOTO!
(THE MOST AMAZING TOUR OF THE CAÑÓN OF SOMOTO!)

TURISMO
TOUR
CAÑÓN DE SOMOTO

Qta. San Raphael del Cañón de Somoto

Actividades (Activities)

- Andar en cuadruciclo (4x4 wheel bike ride)
- Montar caballo / burrito (Horse/burritoback ride)
- Nadar con chaleco (Swimming with life vest)
- Flotar en neumático (floating in an inner-tube)
- Andar en lancha a remo (travelling on a rowboat)
- Remar en kayak (Kayaking)
- Andar en lancha inflable (inflatable boat ride)
- Caminata aventurera (hiking)
- Acampar en casa de campaña (Camping)
- Bicicleta de montaña (mountain bike)

Extras

- Hamacas (hammocks)
- Duchas (Showers in natural spring waters)
- Barbacoa (BBQ)
- Desayuno, almuerzo, y cena (breakfast, lunch & dinner)
- Rosquillas Somoteñas con café (Rosquillas Somoteñas with coffee)

Nos acompaña, La Virgen de Guadalupe.
With us La Virgen de Guadalupe!

Equipos de calidad bien mantenidos
(High quality, well maintain equipment)

Guías turísticos capacitados por INTUR
(Tourist guide trained by INTUR)

Para ampliar información favor contactar a:
(For more information please contact)

Saúl A. Obando
Teléfono: 8664-2735
canonesomoto@gmail.com
Qta. San Raphael del Cañón de Somoto

Kilómetro 230
carretera Panamericana hacia "El Espino"
(Km. 230 on Panamerican Highway to El Espino)

Nuestros paquetes turísticos contienen variedad de actividades a fin que nuestros clientes disfruten al máximo su experiencia con la naturaleza al visitar el Cañón de Somoto Nicaragua.
We offer a variety of tourist activities in order for you to have the most unforgettable experience in contact with nature while visiting us at the Cañon of Somoto, Nicaragua.

CONOZCA EL CAÑÓN DE SOMOTO

San Raphael del Cañón de Somoto les ofrece paquetes turísticos de duración corta, mediana y larga, según prefieran nuestros clientes. Contamos también con paquetes personalizados y actividades turísticas...**incluye acampar!**
We offer at San Raphael del Cañón, short, medium & long duration tourist activities depending on what our visitors preference. We also offer customized tourist activities including camping!

3 LARGO
long

- Cuadrucitos, caballos, burros (4x4, Horseback ride or burritoback ride)
- Caminata de aventura larga (Long hiking with great panoramic view)
- Flotar con neumáticos río abajo (inner-tube floating down river)
- Lanchas de remo (Rowing boat)
- Visitar Los Encuentros (nacimiento del río Coco) (Visit Los Encuentros, where the coco is born)
- Alto en Adrenalina!!! (High on adrenaline!!!)

Duración: 7 horas
(Duration: 7 Hours)

1 CORTO
short

- Caminata (Hiking)
- Lancha de remo (Rowing boat)
- Flotar con neumáticos (inner-tube floating)
- Nadar con chalecos salvavidas (Swimming with life vest)

Duración: 3 horas
(Duration: 3 Hours)

2 MEDIANO
medium

- Paseo a Caballos o Burritos (Horseback ride or burritoback ride)
- Caminata de aventura corta (Short hiking with great panoramic view)
- Flotar con neumáticos río abajo (inner-tube floating down river)
- Lanchas de remo (Rowing boat)
- Canaca donde nace el río Coco (Meet where the Rio Coco is born)

Duración: 5 horas
(Duration: 5 Hours)

4 TOUR A LOS MIRADORES
4 tour to site viewing

- Caminata, a caballo, cuadrucitos o burritos. (Hiking, horseback, 4x4, or burritoback ride to viewing the Cañon)

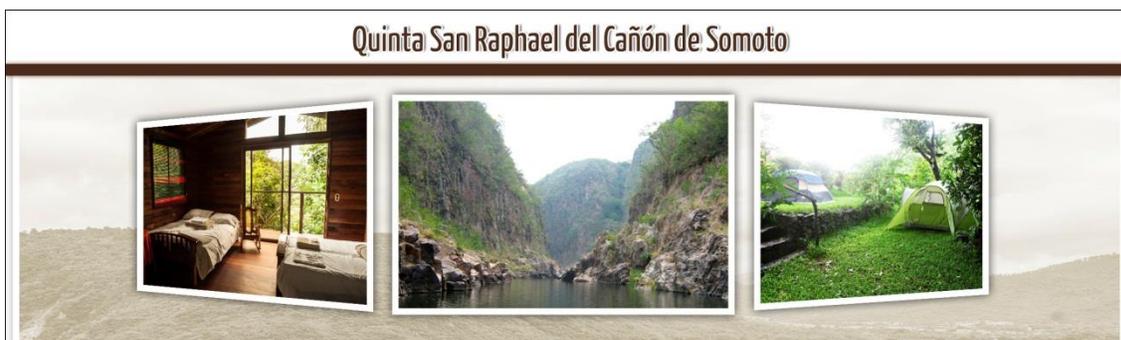
Duración: 3 horas
(Duration: 3 Hours)

Viva una noche inolvidable en el campo! Puede alquilar: Casa de Adobe, Cabañas y/o Casas de Campaña...!
(Enjoy an unforgettable evening at the field! You can rent: Adobe House, Cabin and / or tents)

Seminario de Graduación, Turismo Sostenible
"Amar la Tierra y sus Recursos Naturales es Amar a la Humanidad"



Propuesta de Tarjeta de presentación



Logotipo actual

propuesta logotipo





PROPUESTA BROCHOURE

San Raphael del Cañon
Delectate con nuestras riquezas naturales

QUINTA SAN RAPHAEL

DEL CAÑON DE SOMOTO

PERSONAL CAPACITADO
GUIAS TURISTICOS
TEL: 86642735
Info.canondesomoto@gmail.com
Kilometro 230 Carretera Panamericana hacia "EL ESPINO"

ALGUNAS ACTIVIDADES

- Nadar
- kayak
- Andar en lancha a remo
- Caminata
- Cuadraciclo
- Montar a caballo
- Picnic o campamento
- Parrilladas y música en vivo

Nuestros paquete turísticos incluyen variedad de actividades con el objetivo de disfrutar al máximo en su experiencia con la naturaleza.



Paquetes Turístico

PAQUETE 1
Paquete Turístico "Tesoros de Rocas"
Cañón de Somoto y la Patasta
3 Días / 2 Noches para 12 / 15 personas
un día antes, llegada a Estelí es necesario estar en la ciudad para evitar contratiempos y salir temprano hacia nuestro destino.

PAQUETE 2
Paquete Turístico "Simplemente Aventurero"
2 día / 1 noche
Primer día:
Llegada a la quinta recepción
Reconocimiento del área
Tour medio al cañón de Somoto
Segundo día:
Recorrido por el sendero hacia el mirador de la quinta
Despedida y salida.



POSTAL O CALCOMANIA

ven a disfrutar
Tus Vacaciones...

Paquetes Turísticos
Tesoro de Rocas
Simplemente aventurero

Aventura Emoción
Confort Seguridad


Quinta San Raphael del Cañon

Mayor información
(505) 86642735
Info.canondesomoto@gmail.com

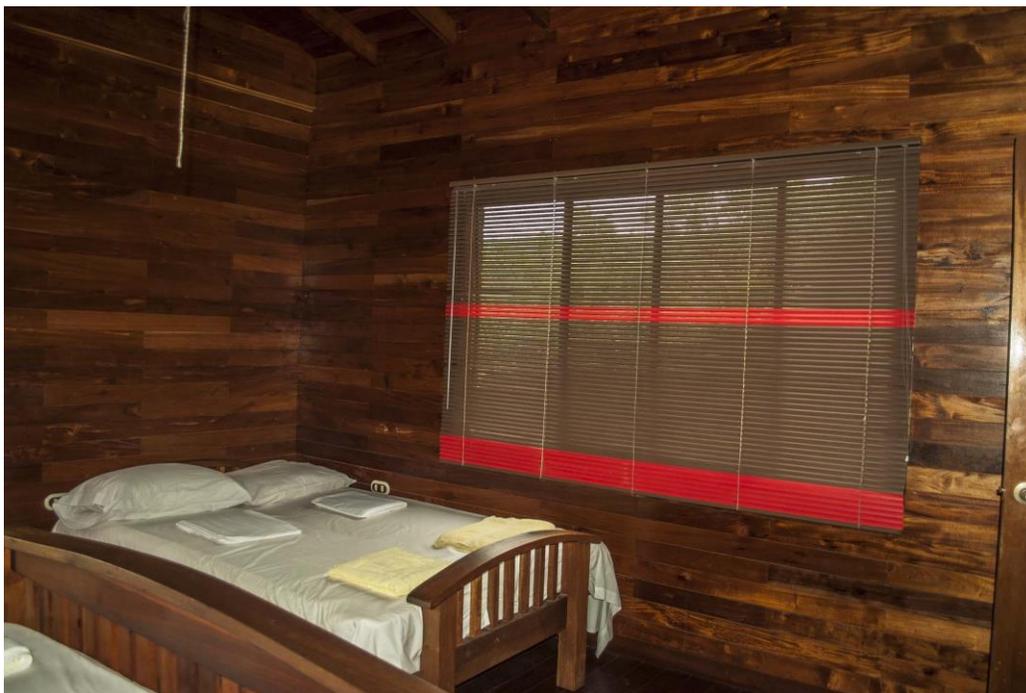


Cabañas





Habitaciones





Propuesta de Marketing Turístico Para el Desarrollo Socio Económico de Quinta San Raphael, Valle de Sonís





Mirador ubicado en la propiedad de la quinta



Vistas del Mirador





Entrevistas a prestadores de servicio

Nombre: _____
Edad: _____
Empresa _____
Teléfono _____

1. Pertenece a algún tipo de asociación / desde cuándo: Si _____ No _____

Especifique: _____

2. Mencione la temporalidad de su empresa

Temporada alta: _____ Temporada baja _____

3. Cantidad de turistas promedio que recibe al mes: _____

- **Turismo**

4. ¿Cuándo nace la idea de incursionar en el turismo con una empresa como esta?

5. ¿Cuántos años tiene la quinta de estar prestando servicios turísticos?

6. ¿Tiene la quinta como prestador de servicios turístico una misión y visión planteada?

7. ¿De qué manera trabajan ustedes un turismo comunitario?

8. ¿Ha recibido capacitación en temas de administración turística?

9. ¿En qué temas?

- **Estructura de la quinta**

10. ¿Podría decirnos cómo está estructurada?

11. ¿Cuántas cabañas hay en la quinta?

12. ¿Cuál es la capacidad de hospedaje dentro de la quinta?

13. ¿Los precios son unificados o estos varían de acuerdo a la temporada?

14. ¿Qué otros servicios aparte de alojamiento y ofrece la quinta al turista?



- **Organización**

15. ¿Recibe la quinta capacitación acerca de atención al cliente por parte de alguna organización cuál?
16. ¿La quinta se encuentra organizada con algunas tour operadoras cuáles?

- **Marketing**

17. ¿De qué manera dan promoción y publicidad a la quinta?
18. ¿Cada cuánto tiempo dan actualización a los medios por los cuales se dan a conocer al mercado?
19. ¿Cuál considera usted que es la imagen que la quinta proyecta al turista?
20. ¿Qué motivos considera usted que son los que llevan al turista a visitar la quinta san Rafael?



Entrevista a turista

Nombre:

Nacionalidad:

Tiempo de estadía:

Preguntas

1. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?
2. ¿Cuánto tiempo permanecerá en la quinta?
3. ¿Qué medios utiliza para informarse de un destino?
4. ¿Qué motivo lo hace que decida visitar la quinta san Rafael?
5. ¿Qué le pareció la experiencia vivida aquí en la quinta san Rafael?
6. ¿Usted recomendaría este destino?
7. ¿Cree que volverá a visitarla
8. ¿Qué tipo de turismo le llama más la atención para realizarse en la quinta san Rafael
9. ¿Qué cree que se podría mejorar para brindar mayor calidad?
10. ¿Usted que piensa las actividades realizadas en la quinta son eco amigables con el ambiente porque?



Bibliografía

- Prácticas de profesionalización: propuesta de desarrollo turístico en la quinta San Raphael del Cañón, valle de Sonís del municipio de Somoto, departamento de Madriz. I semestre 2013
- Seminario de graduación: propuesta de desarrollo turístico en la quinta San Raphael del Cañón, valle de Sonís del municipio de Somoto, departamento de Madriz. I semestre 2013.
- Seminario de graduación: estrategia de desarrollo turístico del potencial socio-económico de la comunidad La Almaciguera, reserva natural Tisey- Estanzuela, en el año 2012.
- Seminario de graduación: planificación de los recursos y servicios turísticos actuales y potenciales en el cañón de Somoto en el año 2012.
- Prácticas de familiarización: propuesta de un zoológico de iguana verde en la quinta San Raphael cañón de Somoto I semestre 2013.
- Seminario de graduación: estrategias de mercado implementadas por el supermercado "Las Segovia" para fidelización de sus clientes.

WEBGRAFIA

- <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=2333>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_rural
- Turismoruralnicaragua.blogspot
- Legislación.asamblea.gob.ni