

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**Unan-Managua.**

**Recinto Universitario Rubén Darío.**

**Facultad de Educación E Idiomas.**

**Departamento de Francés.**

**Carrera Turismo Sostenible.**



**Monografía para optar al título de Licenciatura en Turismo Sostenible**

**TEMA:**

**“Propuesta de productos turísticos para seis islas que integran el Archipiélago de Solentiname del municipio de San Carlos, departamento de Rio San Juan”, Octubre 2015 – Junio 2016.**

**Autores:**

- **Bra. Castrillo Martínez Karen Guisselle.**
- **Bra. Maltez Carcache Tania del Carmen.**
- **Br. Pineda Ulloa Ulises.**

**Tutor: MSc. Mario Hernández.**

**Managua, Nicaragua 2016.**

## ***Agradecimiento.***

*“Más gracias sean dadas a Dios, que nos da la victoria por medio de nuestro Señor Jesucristo.” 1 Corintios 15:57.*

*Agradecemos profundamente a Dios por la fortaleza que ha sido en nuestra vida, por ser el camino que dirige nuestros pasos y porque sin él nada sería posible.*

*Agradecemos a ÉL por la bendición de ser hijos de padres maravillosos que han sido mentores de crecimiento, desarrollo, enseñanza e inspiración en cada etapa de nuestras vidas.*

*Agradecemos al colectivo de maestros de la carrera de Turismo Sostenible y Francés por encaminarnos en esta profesión, fortaleciéndonos con sus conocimientos y saberes.*

*Gracias a todas las personas que nos inspiraron a subir un eslabón más.*

## **Dedicatoria**

A:

*Dios, por darnos la oportunidad de vivir y por estar con nosotros en cada paso que damos, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestras mentes y por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.*

## **Resumen Ejecutivo**

El presente estudio se desarrolló en seis islas que integran el archipiélago de Solentiname (San Fernando, Mancarrón, Mancarroncito, La Venada, Los Pájaros y Los Monos), destinos que poseen recursos naturales y culturales aptos para desarrollar la actividad turística.

Para la realización de este documento se siguió la metodología empleada en la “Guía de Desarrollo de Productos Turísticos, 2014” aprobada por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), aplicándose las etapas dos y cuatro, la cuales corresponden a la metodología para organizar y crear el desarrollo de productos turísticos.

La problemática del estudio, se visualiza en la falta de productos turísticos capaz de generar una mayor demanda, debido a que estos se han desarrollado de manera espontánea, no organizados y con escasa estructuración.

La investigación se divide en 3 capítulos. Primeramente se realiza un diagnóstico turístico para conocer la realidad presente en el destino. Posteriormente, en base a esta información, elaborar las propuestas productos turístico sostenible que logren aumentar la cuota de mercado y alcanzar la fidelización de los mercados actuales. Una vez realizada esta segunda etapa se propone un plan de marketing y comercialización idóneo para lograr el lanzamiento y el posicionamiento de los productos turísticos.

A través de esto se podrá contribuir a la captación de nuevos mercados, que permitan el aprovechamiento sostenible de sus recursos turísticos, la prestación de servicios de manera organizada, una mayor eficiencia en el papel de los actores y autoridades de la localidad,

En conclusión se comprueba que las seis islas en estudio poseen un alto valor turístico, necesario para el desarrollo de productos nuevos y diferenciadores a nivel nacional capaz de mantener la cuota de mercado actual y con capacidades para llegar a nuevos mercados.

## Índice

|  |    |
|--|----|
| I. Introducción .....  | 9  |
| II. Objetivos.....   | 11 |
| 2.1. Objetivo General: .....   | 11 |
| 2.2. Objetivos Específicos: .....  | 11 |
| III. Marco Teórico.....  | 12 |
| TEMA 1: GENERALIDADES DE TURISMO .....   | 13 |
| TEMA 2: PRODUCTO TURÍSTICO. ....   | 19 |
| TEMA 3: METODOLOGÍA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS<br>TURÍSTICOS. ....                              | 25 |
| TEMA: 4 ANÁLISIS FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES<br>Y AMENAZAS).....                        | 27 |
| TEMA 4: MARKETING TURÍSTICO.....   | 29 |
| TEMA 5: DESCRIPCION GENERAL DEL ARCHIPIELAGO DE SOLENTINAME.<br>.....                                    | 35 |
| IV. Preguntas Directrices .....  | 38 |
| V. Diseño Metodológico. ....   | 39 |
| VI. Resultados .....   | 44 |
| Capítulo 1: Diagnóstico Turístico.....   | 45 |
| 1.1. Introducción del Diagnóstico Turístico.....   | 46 |
| 1.2. Oferta Turística del Archipiélago de Solentiname. ....  | 47 |
| 1.2.1. Recursos Turísticos .....   | 47 |
| 1.2.2. Servicios Turísticos.....   | 61 |
| 1.2.3. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS.....   | 66 |
| 1.2.4. Servicios Conexos de Apoyo al Turismo .....   | 67 |
| 1.3. DEMANDA TURISTICA .....   | 70 |
| 1.4. Análisis FODA.....  | 70 |
| 1.5. VENTAJAS COMPARATIVAS Y COMPETITIVAS .....  | 71 |
| Capítulo 2: Estructuración del Producto Turístico. ....  | 72 |
| 2.1. Producto Actual.....  | 73 |
| 2.2. Análisis Comparativo de Productos Turísticos (Benchmarking).....                                    | 74 |
| 2.2.1. Estudio comparativo con 2 destinos del país: isla de Ometepe, Rivas e<br>Isletas de Granada. .... | 74 |

|   |     |
|---|-----|
| 2.2.2. Conclusiones Análisis Comparativo.....   | 76  |
| 2.3. Segmentación turística.....  | 77  |
| Segmento A – Eco turistas .....   | 78  |
| Segmento B- Turismo Rural .....   | 79  |
| Segmento C - Turismo Náutico.....   | 80  |
| 2.4. Estructuración de Productos Turísticos para las Islas San Fernando,<br>Mancarrón, La Venada, Los Pájaros, Los monos y Mancarroncito..... | 81  |
| Capítulo 3: Plan de Promoción y comercialización.....   | 86  |
| 3.1. Plan de promoción y comercialización turística. ....   | 87  |
| Estrategia 1. Inteligencia de mercado .....   | 88  |
| Estrategia 2. Diferenciación y diversificación del producto turístico.....  | 90  |
| Estrategia 3. Comercialización.....   | 103 |
| Estrategia 4. Publicidad y Promoción.....   | 104 |
| VI. Conclusiones .....  | 108 |
| VII. Recomendaciones.....   | 109 |
| VIII. Fuentes Consultadas.....  | 110 |







**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## I. Introducción

En Nicaragua el turismo funciona como fuente dinamizadora de economía, gracias al esfuerzo e importancia que se le ha dado a nivel gubernamental, empresas privadas y demás sectores que contribuyen al desarrollo de la actividad turística.

Gracias a las riquezas históricas, culturales y naturales que conserva el país, se han implementado nuevos modelos de turismo como: Turismo rural, Turismo Rural y Comunitario, Ecoturismo, Agroturismo, entre otros, siendo una opción efectiva para diversificar la oferta turística a nivel nacional.

Es por esto, que el país tiene la oportunidad de ofrecer productos diferenciados y desarrollados sobre la base de propuestas de “Experiencias vitales y auténticas” bajo el enfoque de Rutas, Circuitos y Destinos para ofrecer una amplia gama de productos turísticos.

Una de las rutas significativas del país es La *Ruta del Agua*, que combina productos turísticos basados en la naturaleza y la cultura, tomando como base la puesta en valor y utilización de los recursos fluviales. Esta ruta esta conformadas por diferentes destinos con alto valor turístico del departamento de Río San Juan entre el que destaca el Archipiélago de Solentiname.

Los inicios de la actividad turística en Solentiname se remontan a los años 80, período en el cual, a instancias del Padre Ernesto Cardenal, se dan a conocer tanto a nivel nacional como internacional la riqueza de la pintura primitiva, como un valor de creación artística de los habitantes de estas islas, particularmente la isla San Fernando.

A partir de esta experiencia, Solentiname se inserta en la actividad turística, ofertando de manera empírica sus atractivos, con limitaciones de accesibilidad dado a su ubicación geográfica, falta de experiencia y organización comunitaria.

Inicialmente, no todas las islas hacían uso del potencial que poseen para involucrarse en el turismo, sin embargo con los esfuerzos desarrollados por las islas





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



pioneras en el involucramiento del turismo (Isla san Fernando por ejemplo), se ha alcanzado ciertos avances en las otras islas.

No obstante, la problemática del turismo en el Archipiélago de Solentiname, se visualiza en la falta de productos turísticos capaces de generar una mayor demanda, debido a que estos se han desarrollado de manera espontánea, no organizados y con escasa estructuración.

Si se logra revertir esta situación, se podrá contribuir a la captación de nuevos mercados, que permitan el aprovechamiento sostenible de sus recursos turísticos, la prestación de servicios de manera organizada, una mayor eficiencia en el papel de los actores y autoridades de la localidad, con los que se estaría aportando a mejorar las condiciones de vida de los habitantes del archipiélago, que es a fin de cuenta el propósito de Plan Nacional de Desarrollo Humano y el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible.

Por lo tanto, el presente documento servirá de insumo a los actores locales públicos y privados para la creación de productos turísticos, para que estos tomen pautas de cómo lograr un mejor posicionamiento del destino en los mercados emisores mediante la oferta de productos con enfoque sostenible, experiencial y diferenciado.

Es importante destacar, que este estudio se enmarca en una de las líneas de investigación de la carrera de Turismo Sostenible; “Gestión de Empresas Turísticas”, donde unos de sus principales temas es el diseño de productos turísticos para empresas o destinos turísticos del país.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## **II. Objetivos**

### **2.1. Objetivo General:**

✚ Aportar al desarrollo local a través de propuestas de productos turísticos sostenibles que integren a seis islas del Archipiélago de Solentiname que contribuyan al posicionamiento del destino, octubre 2015 – junio 2016.

### **2.2. Objetivos Específicos:**

✚ Elaborar un diagnóstico Turístico de las islas en estudio que facilite la comprensión de la realidad actual del destino.

✚ Estructurar productos Turísticos sostenibles transfiriéndoles valor agregado a sus atributos específicos como elementos que marquen la diferencia del destino a nivel nacional.

✚ Formular un plan de promoción y comercialización para el posicionamiento de las islas como un destino sostenible y competitivo en los mercados emisores.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



### **III. Marco Teórico.**

La presente investigación se sustenta en la teoría de desarrollo sostenible, la cual surge ante la necesidad que la actividad turística se planifique y desarrolle con una lógica de responsabilidad y sostenibilidad.

Para la Organización Mundial del Turismo, las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. (OMT, 2011)

Quintero (2008) explica que el “desarrollo turístico sostenible” local debe corresponder a una propuesta de desarrollo que sea:

- a) Biológicamente aceptable, es decir, acorde con las posibilidades y el entorno ecológico de la zona.
- b) Económicamente viable, es decir, debe plantearse su posibilidad y oportunidad económica y, por tanto, su rentabilidad financiera.
- c) Socialmente admisible, es decir, es fundamental contar con el apoyo de los distintos actores sociales, lo que permite, además la aceptación y la integración de la sociedad en los proyectos de sostenibilidad. El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas responsables. (OMT, 2011)

Una vez conocida la base teórica en la que se sustenta esta investigación, es importante tener los fundamentos conceptuales de expertos en la materia de





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



turismo, puesto que brindan referencias para interpretar los resultados de la investigación y a su vez permite orientar el estudio a su objetivo principal, es por eso que aquí se plantean los conceptos básicos que servirán para alcanzar el objetivo de este estudio.

## **TEMA 1: GENERALIDADES DE TURISMO**

### **1.1. Concepto de Turismo**

De la Torre, Francisco, (1997) define el turismo como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa, ni remunerada generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

### **1.2. Tipos de Turismo**

El Instituto Nicaragüense de Turismo señala que existen muchos tipos y modalidades de turismo de acuerdo con el interés particular del viajante en cuestión, entre ellos están: Agroturismo, turismo Cultural, turismo de Aventura, turismo Deportivo, turismo Religioso, turismo rural, turismo Rural Comunitario, turismo de Naturaleza, turismo Sostenible, entre otras. (INTUR, 2011)

#### **- Turismo Cultural**

Se puede definir como el anhelo del turista por conocer los paisajes, costumbres y tradiciones, tanto espirituales como materiales, tales como la gastronomía, el idioma, así como las principales manifestaciones artísticas y culturales de un lugar específico. Es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tenga valor histórico y/o artístico.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**- Turismo Religioso**

Es una forma de turismo en la que el desplazamiento se produce con motivo de un acto religioso o de una peregrinación.

**- Turismo Rural**

Es una forma de turismo que se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos.

**- Turismo Rural comunitario**

Es el turismo que tiene como complemento las actividades tradicionales (Agricultura, ganadería, pesca...). Se llama así en sentido de una organización colectiva en torno a la gestión y la propiedad de la iniciativa turística, o la distribución de los beneficios. Busca combinar la rentabilidad económica con la sostenibilidad social y ambiental, valoriza los recursos disponibles (personas, entorno natural, tradiciones, cultura, patrimonio arqueológico, entre otros.).

**- Turismo Sostenible**

Se define como la conservación y la mejora de los recursos de una comunidad. Apoyando las actuaciones que impulsan los procesos ecológicos y la calidad de vida total, tanto para estas y futuras generaciones.

**- Ecoturismo**

Por su parte Zamorano Francisco (2007), *define al ecoturismo como* la modalidad del turismo responsable que conserva el entorno y sostiene el bienestar de la comunidad local. Esta modalidad de turismo consiste en viajar a espacios naturales o silvestres relativamente vírgenes o inexplorados, con el objetivo específico de estudiar, admirar y disfrutar el escenario natural, su flora y fauna, así como cualquier manifestación cultural tanto pasada como presente que se puede encontrar en la zona.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**- Turismo Náutico.**

Según el sitio web efedeportes.com, es el tipo de turismo donde se está en contacto con el agua donde se practican todo tipo de deportes acuáticos como pueden ser: windsurf, vela, submarinismo, navegación recreativa.

**1.3. Visitante**

De acuerdo Monge, R. & Tenorio, L. (2010) visitante es toda persona que visita un país diferente al que reside ordinariamente, con fines distintos al de ejercer una ocupación remunerada. Esta definición comprende:

**- Turista**

Es un visitante residente en el extranjero que temporalmente permanece en el país un mínimo de 24 horas. Las finalidades de su viaje pueden ser: placer, distracción, vacaciones, instrucción, deporte, familia, negocio o religión.

**- Excursionista**

Es el visitante residente en el extranjero, que visitan al país por menos de 24 horas (incluidos los pasajeros en crucero).

**1.4. Destinos Turísticos.**

Según Francesc Valls define al destino turístico como, “la unidad base de gestión para las políticas turísticas” y considera una serie de características que lo configuran:

- **Un espacio territorial homogéneo:** en realidad, cualquier espacio geográfico susceptible de ser planificado por poseer cierta capacidad administrativa. Esto significa que "además de unidades territoriales básicas, los destinos pueden abarcar una o varias naciones; una o varias regiones o estados..."
- **Centralidad:** criterio que hace referencia a la capacidad del territorio para motivar el desplazamiento de personas hacia sí. (En este punto es de vital importancia el concepto de capacidad de carga)





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



- **Una oferta estructurada de atractivos:** resulta un sistema integrado de recursos, atractivos y empresas orientado hacia la satisfacción del turista. También puede entenderse como la puesta en valor del territorio y su ordenación de acuerdo a las necesidades de los potenciales clientes.
- **Una marca integradora:** el destino debe estar representado en una imagen atractiva que represente a toda la oferta en él y facilite su identificación en diferentes mercados.
- **Una comercialización conjunta:** "resulta imprescindible la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, articulada sobre una visión estratégica..."

## **1.5. Oferta Turística**

La Oferta Turística corresponde a los elementos internos del diagnóstico y se estructura en tres pilares íntimamente relacionados entre sí, conformado por los Recursos Turísticos, Infraestructura y Equipamiento Turístico y Servicios Turístico. (Guía de Planificación Turística Municipal 2013).

### **1.5.1. Recursos Atractivos turísticos.**

Según Guía de Planificación Turística Municipal 2013 del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), señala que todos los elementos que motivan la movilización del turista, pueden ser recursos turísticos. Estos se pueden clasificar en tres tipos: Recursos Naturales, Históricos Culturales, y Socioeconómicos, clasificados por tipos de recurso y categoría, en la reingeniería del INTUR.

#### **- RNA - Recursos Naturales.**

Son aquellos espacios que representan un valor turístico, sin alteración por parte del hombre, que son en sí motivos suficientes para emprender un viaje y forman parte del patrimonio natural turístico del municipio.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



Incluye elementos del Patrimonio Natural del país, como: formaciones físicas y biológicas; formaciones geológicas y fisiográficas; lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas con valor estético o científico, o de valor desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza, natural. (UNESCO, Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, 1992).

**- RHC – Recursos Históricos Culturales.**

Agrupar los elementos del Patrimonio Cultural del país, que incluyen; obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.

Se define como los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. (UNESCO, Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial 2003).

**- RSE – Recursos Socioeconómicos.**

Incluyen obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, que son parte de un proceso de carácter productivo, investigativo u obra de ingeniería que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico. (UNESCO, Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, 1972).





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



### 1.5.2. Jerarquización de los recursos turísticos.

La guía de planificación turística estratégica sostenible municipal, (2013) propone valorar los recursos mediante la determinación de su jerarquía, esta consiste en una valoración crítica en función de 4 clases de jerarquía, las que se detallan a continuación:

|                     |   |
|---------------------|---|
| <b>Jerarquía 4:</b> | Recursos actuales o potenciales con rasgos excepcionales de interés y valor mundial, de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de atraer un flujo importante de visitantes que pueden aprovecharse en el mediano y largo plazo.  |
| <b>Jerarquía 3:</b> | Recurso actual o potencial excepcional representativo en la región de centroamericana, capaz de atraer turistas nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros recursos contiguos y aptos de aprovecharse a corto y mediano plazo.  |
| <b>Jerarquía 2:</b> | Recurso actual o potencial de representatividad nacional, capaz de atraer a turistas locales, nacionales, de regiones próximas y de larga distancia que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas y el destino está apto para aprovecharse a corto plazo                                       |
| <b>Jerarquía 1:</b> | Recurso actual o potencial de interés local, sin atractivos suficientes para incluirlo en alguna de las categorías anteriores, pero que juega un papel complementario, diversificando y potenciando a otros recursos que terminan despertando interés a los visitantes que pueden aprovecharse en el corto plazo. |

### 1.6. Demanda Turística.

La demanda turística son los elementos externos del diagnóstico que sirven de marco de referencia para conocer el comportamiento de flujos y exigencias de turistas en un contexto nacional, regional y global. (Guía de Planificación Turística Municipal 2013).





## TEMA 2: PRODUCTO TURÍSTICO.

Según Instituto Nicaragüense de Turismo, INTUR, (2014) Producto turístico es un conjunto de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios turísticos y actividades recreativas, así como imágenes y valores simbólicos que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre.

Gurría, Di- Bella, (1991), señala que, el producto, o sea, el servicio que usará o consumirá el turista, es el resultado de la suma de los elementos que ya se analizaron y se puede resumir de la siguiente manera:



“Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Es en realidad un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso”. (Acerenza M, 1993).

El producto turístico es intangible, es decir, no es algo que el turista pueda comprar y llevarse a casa. El producto es percibido de manera subjetiva por el turista, es decir, desde que está en su lugar de origen él percibe imágenes, lee comentarios y opiniones, le interesa saber qué experiencias han vivido otras personas que han visitado el lugar y construye imágenes mentales del destino, así como sus expectativas de las actividades que puede realizar y las experiencias que podría vivir en el lugar.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## **2.1. Desarrollo de productos.**

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define: El desarrollo de productos, abarca todos los elementos con los que entra en contacto el visitante de un destino, como la infraestructura (de transporte y servicios públicos), el personal de servicio, los lugares de alojamiento, las atracciones y las actividades, instalaciones y servicios; mientras que, por otro lado, se puede considerar que abarca solamente las atracciones, actividades e instalaciones destinadas especialmente al visitante.

## **2.2. Componentes básicos del producto turístico.**

La Guía de Desarrollo de Productos Turísticos de la Ruta del Café, (2014) plantea los siguientes componentes básicos del producto turístico retomando los elementos de la cadena de valor del turismo:

### **- Organización de Viajes y Reservas.**

En el destino de origen del turista en su mayoría: Agencias de viajes, compañías aéreas, TTOO y mayoristas.

### **- Servicios turísticos.**

Agrupar los diferentes servicios que permiten la visitación y disfrute de los recursos, como alojamiento, restauración, otros.

### **- Recursos Turísticos.**

Son los elementos que motivan la movilización del turista. Estos pueden ser naturales, histórico-culturales y socioeconómicos.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**- Infraestructura y Equipamiento de Apoyo.**

Son los elementos que complementan la oferta y facilitan la movilización del turista y mejoran el disfrute de los recursos, estos son: Las vías de acceso, señalización, transporte, servicios básicos y comunicación.

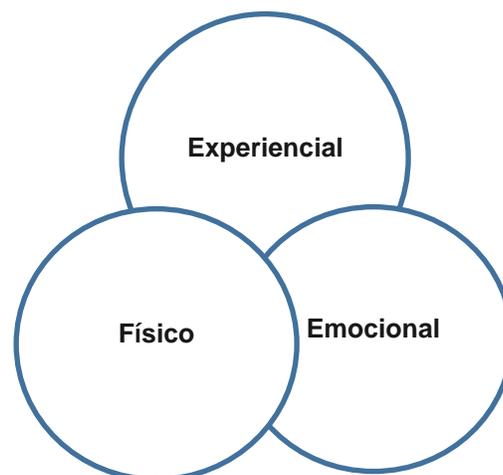
**- Otras industrias proveedoras de servicios.**

Centros de información, tiendas, servicios bancarios, cibercafés, entre otros.

**2.3. Factores del producto turístico.**

La Guía de Desarrollo de Productos Turísticos, (2014) determina que: Cualquier producto turístico está compuesto por tres factores principales:

- **Factor experiencial:** Es el que se desarrolla a través de los festivales, la interrelación con la comunidad local, la realización de eventos propios del destino, la degustación de comidas, compras, disfrute y entretenimiento, entre otros.
- **Factor emocional:** Tiene que ver con la interacción con la gente y los recursos turísticos característicos del destino. Un aspecto muy importante es la hospitalidad de la comunidad local, ya que de ello también hablará el turista. Es necesario comprender que al turista se le tiene que ofrecer beneficios psicológicos con cada producto que se elabore. El consumo del producto por parte del turista en el destino representa una serie de experiencias, lo que el cliente hace o ve en el destino será lo que él recuerde del lugar.



*Factores de Producto Turístico*





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



- **Factor físico:** Comprende toda la infraestructura, transporte, servicios turísticos, entre otros. Cuya función es satisfacer las necesidades básicas del turista como dormida, alimentación, traslados, entre otras.

Un aspecto importante a tener presente siempre en la realización de productos turísticos es pensar en lo que realmente desea hacer el turista:



#### 2.4. Enfoques del desarrollo de productos

Estos aspectos son los que se debe tener presente siempre que se diseñen productos turísticos:

- **Sostenible:** El desarrollo de productos debe dar importancia a mantener la sostenibilidad del destino. Con ese fin se debe colaborar conjuntamente entre las organizaciones gubernamentales competentes y grupos de interés para la adopción de medidas necesarias que garanticen la sostenibilidad económica, ambiental y socio-cultural.
- **Experiencial:** Se debe de ofrecer al turista la vivencia de experiencias satisfactorias que aporten al desarrollo personal del turista y que sea él mismo quien elija qué hacer y cómo emplear su tiempo libre y a la vez que él mismo encuentre un buen motivo para ayudar a otros a través de su turismo.
- **Diferenciación:** Basado en la autenticidad, la innovación y nuevamente la sostenibilidad como un valor agregado. Cada uno de los servicios debe





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



cumplir con criterios de calidad, buscando en todo momento la satisfacción total del turista y la posibilidad de generar tantas actividades que le permitan invertir su dinero en una experiencia inolvidable. (Guía de Desarrollo de Productos Turísticos, 2014).

## **2.5. Tipos de Productos Turísticos.**

De acuerdo a la Guía de Desarrollo de Productos turísticos, (2014) si se analiza desde el punto de vista del servicio, los productos turísticos pueden ser específicamente un hotel, un restaurante, una finca turística. Pero al hablar de productos turísticos desde el punto de vista del destino y para efectos de comercialización de los mismos se contemplan los siguientes tipos de productos:

- **Productos insignias o principales.**

Los productos turísticos insignias son aquellos que gozan de un fuerte atractivo capaz de influir en la decisión de viajar del turista y en su elección del destino. Estos serán los atractivos que contemplen la categoría 4 según la Guía de Planificación Turística Municipal del INTUR.

Normalmente se trata de un recurso turístico que sirve de ícono para un país. En Nicaragua se podrían mencionar: el Cañón de Somoto, El Lago de Nicaragua, la cadena volcánica de Los Maribios, la Isla de Ometepe, El Güegüense o Macho Ratón, las ruinas de León Viejo, la cultura garífuna, el Río San Juan, entre otros.

- **Circuitos.**

Un circuito turístico se define como un trayecto o recorrido en el que al menos tres recursos turísticos importantes están situados de manera tal que ninguno de ellos se encuentra en la misma ciudad pueblo o comunidad. Al mismo tiempo no están separados por una distancia larga. Estos deben tener la entrada bien definida y puntos de salida.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



El objetivo de tener un circuito turístico es aumentar el número total de visitas a todos los recursos turísticos en el destino. Los circuitos pueden ser Temáticos o Multitemáticos.

**- Temáticos**

Cuando su oferta está basada en ofrecer un elemento específico que significa una motivación para el turista. Por ejemplo: Circuitos de orquídeas, arquitecturas, entre otros.

**- Multitemáticos.**

Incluyen varios elementos de motivación que pueden estar o no estrechamente ligados. Numerosos destinos cuentan con circuitos turísticos nacionales basados en elementos naturales, en el patrimonio cultural u otros aspectos.

**- Grandes eventos, eventos menores y festivales.**

La organización y celebración de grandes eventos deportivos, de las artes y la cultura o comerciales, ya sean periódicos o no (como los Juegos Olímpicos, la Copa Mundial de Fútbol o exposiciones de arte) pueden servir para crear una buena reputación del destino turístico.

Sin embargo, son más eficaces los eventos que se celebran con regularidad, por ejemplo, carnavales, torneos de pesca, festivales entre otros. Los eventos y festivales aportan a la atracción de turistas en las temporadas medias y bajas de los destinos, mejoran la percepción y la imagen internacional del país y atraen segmentos de visitantes no interesados en los demás recursos turísticos del destino.





### **TEMA 3: METODOLOGÍA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.**

Existen diferentes metodologías que muestran el proceso de desarrollos turísticos y las etapas y herramientas a seguir. El Instituto Nicaragüense de Turismo, INTUR propone la Guía de Desarrollo de Productos Turístico, instrumento que integra elementos técnico-metodológicos planteados de acuerdo con los principios y lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2011– 2020 (PNDTS).

En esta se consideran los aspectos más relevantes para el desarrollo de productos turísticos, dividiéndose en 5 etapas, 20 pasos y 22 herramientas.

#### **3.1. Etapas para el desarrollo de productos turísticos.**

- **Etapa I:** Planificación Turística Participativa.

Está compuesta por cinco pasos que involucran a los principales protagonistas del proceso de desarrollo de productos turísticos y se basa en el actuar de los espacios de concertación públicos y privados (Gabinetes de Turismo), se espera que en la etapa surjan grupos gestores (Empresarios y comunidad), además se recomienda la creación de comisiones de desarrollo de productos (encargados) dentro de los Gabinetes, todo esto a través de la sensibilización y capacitación de actores (todos los involucrados).

- **Etapa II:** Estructuración del Producto Turístico.

Con tres pasos se pretende la conformación y estructuración de productos turísticos, basados en estudios comparativos y con una clara identificación de los segmentos de mercado. Esta etapa es crucial dentro de la implementación y la que necesita de mayores capacidades y cualidades técnicas por parte de los empresarios involucrados.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



- **Etapa III:** Encadenamiento y Gestión del Producto Turístico.

Compuesta por cuatro pasos. Define la consolidación de Grupos Gestores, entendiéndose estos como grupos de empresarios comprometidos con el desarrollo de sus negocios y su comunidad. Esta etapa de encadenamiento tiene la meta de crear relaciones comerciales entre el grupo gestor y socios de producto.

- **Etapa IV:** Plan de Promoción y Comercialización.

Tiene cuatro pasos, contempla el proceso de comercialización, el cual da inicio con la realización del plan de promoción y mercadeo para los productos turísticos, en donde se propone la ejecución de una serie de acciones promocionales y adecuadas para posicionar el producto en el mercado y segmentos de interés

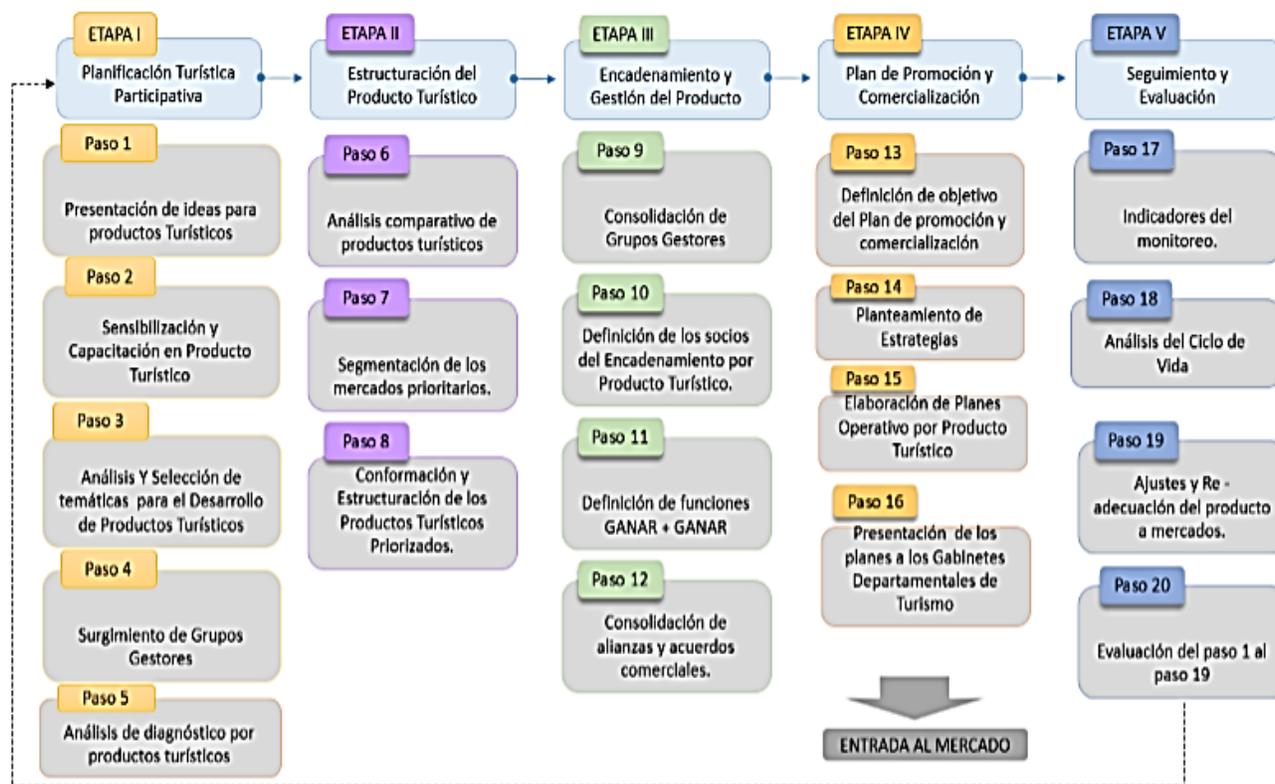
- **Etapa V:** Seguimiento y Evaluación.

Se divide en cuatro pasos y consiste en monitorear y dar seguimiento a todas las acciones para la creación del Producto Turístico (PT), evaluar los impactos de las acciones que se han desarrollado en las distintas etapas desde la I hasta la IV de la Guía de Desarrollo de Productos Turísticos (GDPT). Estos procedimientos se pueden implementar en cada etapa y paso de la GDPT.





### 3.2. Esquema de Guía de desarrollo de productos turísticos.



#### **TEMA: 4 ANÁLISIS FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS).**

Según la Guía de Desarrollo de Productos, (2014), el análisis FODA es un método de planificación estratégica para detectar y evaluar la posición actual en el mercado y las oportunidades. Es por ello que plantea lo siguiente:

- **Análisis FODA con enfoque de destino.**

Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del destino permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes a las temáticas y a los productos turísticos que tengan mayores oportunidades y aceptación de los mercados.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Fortalezas**

- Características que tiene el destino o pueden ser desarrolladas para tener fuerte atracción para los turistas, especialmente cuando estos representan una ventaja sobre otros destinos.

**Oportunidades**

- Posibilidades externas para lograr un crecimiento significativo en el sector turístico del destino mediante la atracción de turistas adicionales y el gasto turístico.

**Debilidades**

- Características que colocan el destino en desventaja frente a los demás.

**Amenazas**

- Elementos exteriores en el entorno del mercado turístico que podría causar problemas para el destino.

**-FODA con enfoque a la promoción y comercialización**

Aquellas características del producto turístico que afectan o pueden afectar positivamente su competitividad futura.

**Fortalezas**

Aquellos factores del entorno que influyen o pueden influir positivamente en la competitividad futura del Producto Turístico y en la consecución de los objetivos que establezcamos.

**Oportunidades**

Aquellas características del producto turístico que afectan o pueden afectar negativamente su competitividad futura.

**Debilidades**

Son aquellos factores que influyen o pueden influir negativamente en la competitividad futura del y en la consecución de los objetivos que establezcamos

**Amenazas**





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## **TEMA 4: MARKETING TURÍSTICO**

La asociación americana de marketing define el marketing como “una función organizacional y un conjunto de procesos que comprenden la creación, la comunicación y la entrega de valor al cliente. Así como la administración de la relación con ellos, de manera que se beneficie tanto la organización como su público interesado.”

Por otro lado Gurría Di-bella, (1991) define el marketing turístico como la adaptación temática y coordinada de la política de las empresas turísticas como la de la política privada del estado en el plano local, regional, nacional o internacional para satisfacer de manera óptima las necesidades de ciertos grupos de consumidores y obtener una ganancia justa.

### **4.1. Benchmarking Turístico**

Es la herramienta más efectiva para hacer una comparación directa e indirecta entre tu negocio y la competencia con la finalidad de ganar ventajas competitivas en los mercados turísticos. (global travel consulting, 2010)

#### **4.1.1. Tipos de Benchmarking**

Para el sitio web Competitividad turística (2008) El Benchmarking puede dividirse en cuatro categorías diferentes:

- Interno
- Competitivo
- Funcional
- Genérico

#### **- Benchmarking Interno**

Muchas organizaciones comienzan sus actividades de benchmarking comparando acciones internas La compañía no da por sentado que descubrirá “las mejores prácticas comerciales con este esfuerzo, pues es solamente un punto de partida





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



para comenzar a identificar los mejores procesos en la organización. En otras palabras el proceso de benchmarking comienza por casa.

En el benchmarking interno se da por sentado que existen diferencias entre los distintos procesos de trabajo de una organización como resultado de las diferencias en aspectos como la geografía, la historia local de la organización, la naturaleza de las administraciones y de los empleados en los distintos lugares, etc. También da por sentado que algunos de los procesos de trabajo que existen en una parte de la organización pueden ser más eficientes o eficaces que los de otras partes de la organización. El objetivo de la actividad de benchmarking interno es identificar los estándares de desarrollo interno de una organización.

En resumen, se trata de comparar las operaciones de la empresa con las de un departamento interno o con las de otras organizaciones del mismo grupo. Es fácil de implementar y el objetivo es identificar internamente cual el mejor modelo a seguir.

**- Benchmarking Competitivo**

Tiene como referencia la competencia directa. Se comparan productos y servicios de manera a superar el desempeño de las empresas competidoras. Es más difícil de poner en práctica porque no es fácil obtener informaciones sobre los métodos de las empresas concurrentes.

**- Benchmarking Funcional**

El benchmarking funcional comprende la identificación de productos, servicios y procesos de trabajo de organizaciones que podrían ser o no ser competidoras directas de su organización. El objetivo es identificar las mejores prácticas de cualquier tipo de organización que se haya ganado una reputación de excelencia en el área específica que se esté sometiendo a benchmarking. Se usa la palabra funcional porque en este campo el benchmarking principalmente comprende actividades comerciales específicas en un área funcional determinada, como, por ejemplo, manufactura, marketing, ingeniería, recursos humanos.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**- Benchmarking Genérico**

Consiste en la comparación con empresas de otros sectores, pero que son reconocidas como las que presentan las mejores prácticas. Tratándose de empresas no competidoras el cambio de información se hace más fácilmente.

**4.2. Segmentos de Mercado**

El "Diccionario de Términos de Mercadotecnia" de la American Marketing Association, define a la segmentación del mercado como "el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización"

Por su parte, **Charles W. L. Hill y Gareth Jones** definen la **segmentación del mercado** como "la manera en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva"

**4.2.1. Beneficios de la Segmentación del Mercado:**

Según Stanton, Walker y Etzel, la segmentación del mercado ofrece los siguientes beneficios a las empresas que la practican:

- Muestran una congruencia con el concepto de mercadotecnia al orientar sus productos, precios, promoción y canales de distribución hacia los clientes.
- Aprovechan mejor sus recursos de mercadotecnia al enfocarlos hacia segmentos realmente potenciales para la empresa.
- Compiten más eficazmente en determinados segmentos donde puede desplegar sus fortalezas.
- Sus esfuerzos de mercadotecnia no se diluyen en segmentos sin potencial, de esta manera, pueden ser mejor empleados en aquellos segmentos que posean un mayor potencial.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



- Ayudan a sus clientes a encontrar productos o servicios mejor adaptados a sus necesidades o deseos.

#### **4.2.2. Requisitos Para Una Óptima Segmentación del Mercado**

Según Kotler y Armstrong, para que los segmentos de mercado sean útiles a los propósitos de una empresa, deben cumplir los siguientes requisitos:

- Ser medibles: Es decir, que se pueda determinar (de una forma precisa o aproximada) aspectos como tamaño, poder de compra y perfiles de los componentes de cada segmento.
- Ser accesibles: Que se pueda llegar a ellos de forma eficaz con toda la mezcla de mercadotecnia.
- Ser sustanciales: Es decir, que sean lo suficientemente grandes o rentables como para servirlos. Un segmento debe ser el grupo homogéneo más grande posible al que vale la pena dirigirse con un programa de marketing a la medida.
- Ser diferenciales: Un segmento debe ser claramente distinto de otro, de tal manera que responda de una forma particular a las diferentes actividades de marketing.

#### **4.3. Plan de Promoción y Comercialización o Plan de Marketing.**

Según Cohen William, (2008) el plan de marketing es esencial para el funcionamiento de cualquier empresa y la comercialización eficaz y rentable de cualquier producto o servicios, incluso de la propia empresa. Además plantea que la elaboración de un plan de marketing proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia esto.

##### **4.3.1 Utilidad del plan de Marketing.**





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



Un plan de marketing debidamente preparado produce mucho con una cantidad relativamente pequeña de esfuerzo concentrado. Entre las utilidades figuran las siguientes: sirve de mapa, es útil para el control de la gestión, informa a los nuevos participantes de su papel en la realización del plan y el logro de los objetivos, permite obtener recursos para la realización del plan, ayuda a la hora de organizar y asignar responsabilidades, tareas, definición de plazos, sirve para darse cuenta de los problemas, las oportunidades y las amenazas futuras.

#### **4.3.1. Cómo elaborar un buen plan de marketing**

La agencia de Inbound Marketing propone la siguiente estructura para un plan de marketing:

##### **- Análisis del mercado**

Es uno de los puntos más importantes ya que nos da una **visión objetiva** de nuestra situación actual dentro del mercado.

El fin principal de este análisis es ver la situación que ocupa nuestra empresa con respecto a la competencia. Para ello debemos hacer un estudio de, al menos, los siguientes factores:

- Situación política, social y económica del ámbito correspondiente.
- Características del público potencial.
- Estudio de las características principales de la competencia.
- Estudio de las características principales de nuestro negocio. En este punto es aconsejable obtener las desventajas y ventajas respecto a nuestros competidores.

Para ayudarte en el proceso puedes realizar una **matriz DAFO**, la cual te arrojará datos importantes sobre los aspectos a mejorar o sobre lo que estás haciendo bien, entre otras cosas.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**- Objetivos**

¿A dónde quieres llegar? Los objetivos en un plan de marketing **definen las metas que se quieren conseguir** ya sea a corto o a largo plazo.

Apunta todos y cada uno de ellos, pero siempre siendo lo más realistas posibles. Puedes fijarte en lo que está consiguiendo tu competencia para definir unos objetivos factibles.

Añade a cada objetivo una fecha límite o plazo para empezar a organizarte.

**- Estrategias a seguir**

Este punto puede variar muchísimo dependiendo del tipo de negocio que tengas entre manos. Pégale un vistazo a los objetivos que te has marcado y pregúntate cómo puedes llegar a conseguirlos.

Lo mejor en esta fase es empezar definiendo acciones muy generales y poco a poco ir añadiendo otras más específicas que se te vayan ocurriendo.

**- Revisión del trabajo realizado**

Revisar las acciones llevadas a cabo así como los resultados obtenidos nos permiten **hacer un balance de la situación**, ver si hemos definido unos objetivos realistas y replantearnos la estrategia en caso de ser necesario.

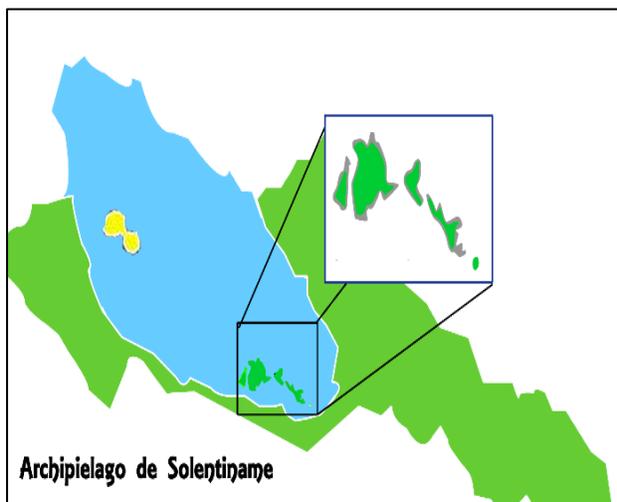
Este punto del plan de marketing debe revisarse cada X tiempo, mensualmente por ejemplo, para no desviarnos demasiado de nuestras metas y no cometer errores críticos.





## **TEMA 5: DESCRIPCION GENERAL DEL ARCHIPIELAGO DE SOLENTINAME.**

### **5.1. Ubicación**



Mapa de Ubicación del Archipiélago de Solentiname  
\*Elaboración propia

El Archipiélago de Solentiname está ubicado entre las coordenadas 11°12' latitud norte, 85° 12' latitud oeste, está dividida por un grupo de 36 islas e islotes de varios tamaños con una superficie de tierra firme de 4.020 hectáreas y su elevación oscila entre los 30 y 250 metros sobre el nivel del mar, situado en el extremo sur-este del Gran Lago de Nicaragua o Cocibolca. (Sandino Jaime, 2008).

### **5.2. Datos geográficos**

#### **- Principales Islas**

El archipiélago consta de 36 islas e islotes de diversos tamaños con una superficie total de 190 km<sup>2</sup>. Las principales islas debido a su tamaño y número de pobladores son la Isla Mancarrón, Isla Mancarroncito, Isla San Fernando e isla La Venada.

En cada una de las dos últimas islas se erigen, respectivamente, los Monumentos Memoriales a Elvis Chavarría y Donald Guevara, jóvenes guerrilleros originarios del archipiélago que fueron capturados, torturados y masacrados junto con Ernesto "Chato" Medrano (costarricense) y Roberto Pichardo, después de su participación en el Asalto al Cuartel San Carlos el 13 de octubre de 1977.

### **5.3. Clima y Precipitación**

Según Sandino Jaime, (2008) La precipitación anual es alrededor de 1500m, entre Mayo y Diciembre y la temperatura promedio anual es de 26-28° C. La vegetación





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



del archipiélago es propia de la zona de bosques de transición del trópico húmedo al trópico seco.

La mayor parte de la superficie de Solentiname se encuentra ocupada por bosques jóvenes o de regeneración y por tacotales, sólo en la Isla de Macarroncito hay un bosque maduro.

#### **5.4. Flora y Fauna**

##### **- Fauna**

De acuerdo al Plan de Manejo Monumento Nacional Archipiélago de Solentiname, el humedal lacustre del Archipiélago de Solentiname, (2010) forma parte de un ecosistema único a nivel mundial, con importancia regional como lugar de refugio en la ruta migratoria de aves entre norte y sur américa, y como corredor de especies acuáticas migratorias entre el mar caribe y los ríos y humedales de la depresión de los lagos en Nicaragua.

En el archipiélago se han registrado 111 especies de aves (20migratorias) ,14 tipo de reptiles como el lagarto y el cuajipal, iguanas y tortugas, 9 mamíferos, 14 reptiles, 4 anfibios y al menos 16 especies de peces. (Plan de Manejo Monumento Nacional Archipiélago de Solentiname, 2010).

##### **- Flora**

Los bosques presentan características del bosque tropical seco propio del pacifico de Nicaragua, El único bosque alto denso y en excelente estado de conservación, se encuentra reducido a la Isla Mancarroncito siendo este el mejor remanente de los bosques nativos del archipiélago.

Existen otros bosques secundarios muy bien conservados a lo largo del archipiélago. (Plan de Manejo Monumento Nacional Archipiélago de Solentiname, 2010).





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## 5.6. Población

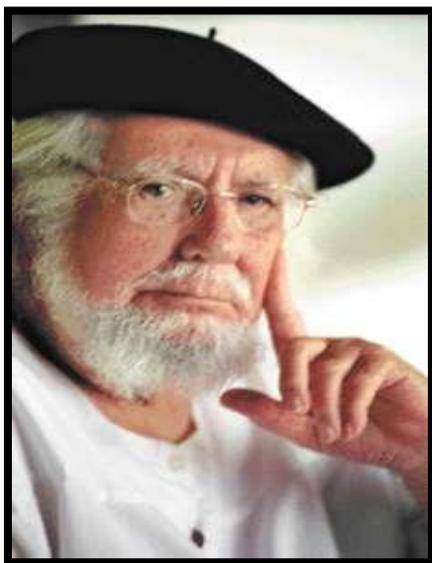
El Ing. Jhonny Gutiérrez Novoa, Alcalde del municipio de San Carlos el Archipiélago estima que en Solentiname habitan aproximadamente 1500 personas.

## 5.7. Aspectos Históricos

### - Significado del nombre de Solentiname.

El nombre Solentiname proviene del náhuatl Celentinamelt, que significa; “Lugar de hospedaje” o amurallamiento de codornices (según diferentes versiones).

### - Padre Ernesto Cardenal



*Padre Ernesto Cardenal*

En la actualidad el Padre Ernesto Cardenal tiene un legado imprescindible en Solentiname, debido a que en 1966 fundó en la Isla Mancarrón una comunidad cristiana, casi monástica, llamada “Nuestra Señora de Solentiname” por orden de su mentor y guía espiritual Thomas Mertón cuando estaba en la comunidad trapense estudiando para sacerdote en el monasterio de Getsemaní en Kentucky, Estados Unidos.

Cardenal poeta y sacerdote de la comunidad promovió la poesía y sus talleres entre los campesinos, la elaboración de artesanías con madera de balsa y la pintura primitivista conocida hasta hoy en todo el mundo.

En la iglesia campesina de tejas, piso de tierra y taquezal, fue el lugar donde nacieron los versos de Carlos Mejía Godoy, cantándose por primera vez la Misa Campesina. (Escritores.org, 2013).





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



#### **IV. Preguntas Directrices**

1. ¿Cuentan las islas en investigación con la oferta turística necesaria que permitan desarrollar productos turísticos?
2. ¿La estructuración de productos turísticos sostenible permitirá la diversificación y diferenciación de las islas como destino turístico a nivel nacional?
3. ¿La formulación de un plan de Promoción y Comercialización del Producto Turístico ayudará al posicionamiento de las islas en estudio como un destino turístico sostenible y competitivo?





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## **V. Diseño Metodológico.**

### **5.1. Tipo de investigación.**

El presente trabajo investigativo según su estudio filosófico es de enfoque cualitativo debido a que se pretende profundizar en el fenómeno turístico que se desarrolla en el Archipiélago de Solentiname en su contexto natural, con miras a determinar acciones que puedan mejorar el nivel de vida de los pobladores.

Según el nivel de estudio es de carácter exploratorio porque existe poca información de cómo se organiza e impulsa el turismo en la localidad, ya que los estudios turísticos existentes versan más sobre aspectos teóricos de forma general y no aplicados al análisis de esta realidad.

Es descriptivo puesto que se pretende caracterizar la oferta y la demanda turística del sitio para proponer la estructura y desarrollo de productos turísticos diferenciadores.

El estudio abarca una etapa que comprende el periodo octubre 2015 hasta junio 2016; lo que da un carácter transversal porque analiza el fenómeno en un periodo determinado.

Para la creación de productos turísticos se utilizó, la “Guía de Desarrollo de Productos Turísticos, 2014” metodología aprobada por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR). De igual forma se hizo uso de la etapa III “Diagnostico Turístico” de la Guía de Planificación Turística Municipal 2012.

La guía de desarrollo de productos turísticos consta de cinco etapas, donde cada una prepara condiciones, define alcances, propone instrumentos, detalla actividades y resultados. En el presente estudio se aplicaron las etapas II Y IV, las cuales corresponden a la metodología para organizar y crear el desarrollo de productos turísticos.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## **5.2. Unidad de análisis.**

La unidad de análisis está conformada por seis islas del Archipiélago de Solentiname: **Islas San Fernando, Mancarrón, Mancarroncito, La Venada, Los Monos y Los Pájaros**, esta muestra se tomó por conveniencia debido a que son las islas donde se concentran los recursos, servicios turísticos y actores de la localidad.

## **5.3. Obtención de la información.**

### **5.3.1. Informantes Claves.**

Las fuentes de información fueron personas de cada una de las islas las cuales sirvieron como unidad de análisis:

#### **- Isla San Fernando: 28 personas.**

- 4 propietarios de hoteles.
- 1 lancharo, Sr. José Sequeira Pineda.
- 10 turistas.
- 3 Artesanos.
- Encargada del centro de información turística, Sra. Marielos Sequeira.
- 8 Pobladores.
- Presidenta de la cooperativa de artesanos y CANTUR Solentiname: Sra. Elena Pineda.

#### **- Isla Mancarrón: 35 personas**

- 8 propietarios de hoteles
- 1 lancharo
- Encargado de la biblioteca “Ernesto Cardenal”
- 20 turistas
- 5 pobladores

#### **- Isla La Venada: 5 pintores entre ellos el maestro pionero de la pintura primitivista Rodolfo Arellano.**





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**De igual manera se seleccionó como informantes claves a:**

- **Jogeny Reyes Aguilar:** (Delegada Turística departamental)
- **Ing. Jhonny Gutiérrez Novoa,** Alcalde del Municipio de San Carlos.

#### **5.4. Técnicas e instrumentos de obtención de datos.**

**Las técnicas aplicadas fueron:**

- Revisión documental.
- Entrevistas.

**Los instrumentos aplicados fueron:**

- Guía de Revisión documental.
- Guía de planificación turística municipal, 2013 (matrices y fichas de herramientas).

#### **5.5. Equipos y materiales utilizados.**

- Grabadoras
- Cámaras
- Computadoras
- Cuaderno de notas
- Medios de comunicación (teléfono y celulares).
- Internet.

#### **5.6. Procesamiento de Información.**

**- Para el procesamiento de datos se utilizaron los siguientes programas:**

- Microsoft Word
- Power Point
- Programas de diseño gráfico.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



### **5.7. Fases Metodológicas.**

Para el proceso de elaboración de esta investigación fueron aplicadas las siguientes fases metodológicas:

- **Fase de Gabinete.**

Fase aplicada en el periodo octubre – diciembre del año 2015. Durante esta etapa se llevó a cabo la construcción del protocolo las herramientas aplicadas de la presente investigación.

- **Fase de Campo.**

Esta fase fue aplicada en el período, del 02 al 12 de enero, la cual consistió en levantamiento de la información, a través de entrevista, fichas de caracterización de recursos y servicios turísticos, las cuales son importantes porque facilitaron un estudio completo de las islas.

- **Fase de procesamiento y sistematización de los datos.**

En esta fase se efectuó el procesamiento de la información adquirida durante la fase de campo. Aquí se analizó y organizó la información correspondiente para la creación de productos turísticos, con el equipo investigador.

- **Presentación de resultados.**

Esta última fase consiste en la presentación formal de los resultados de la investigación por medio de un informe escrito y exposición en la UNAN – Managua.





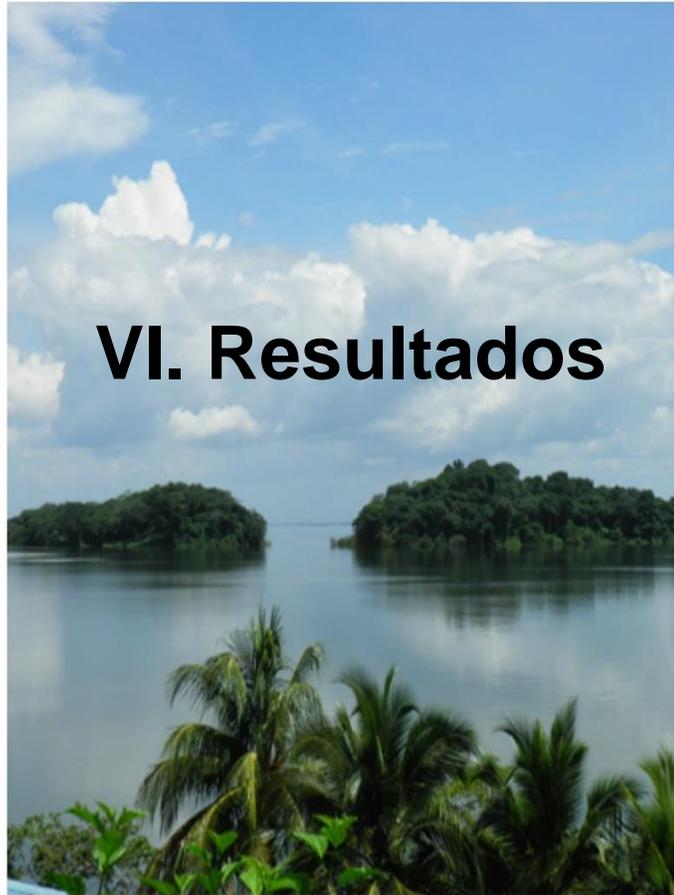
**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”, Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Matriz de descriptores:**

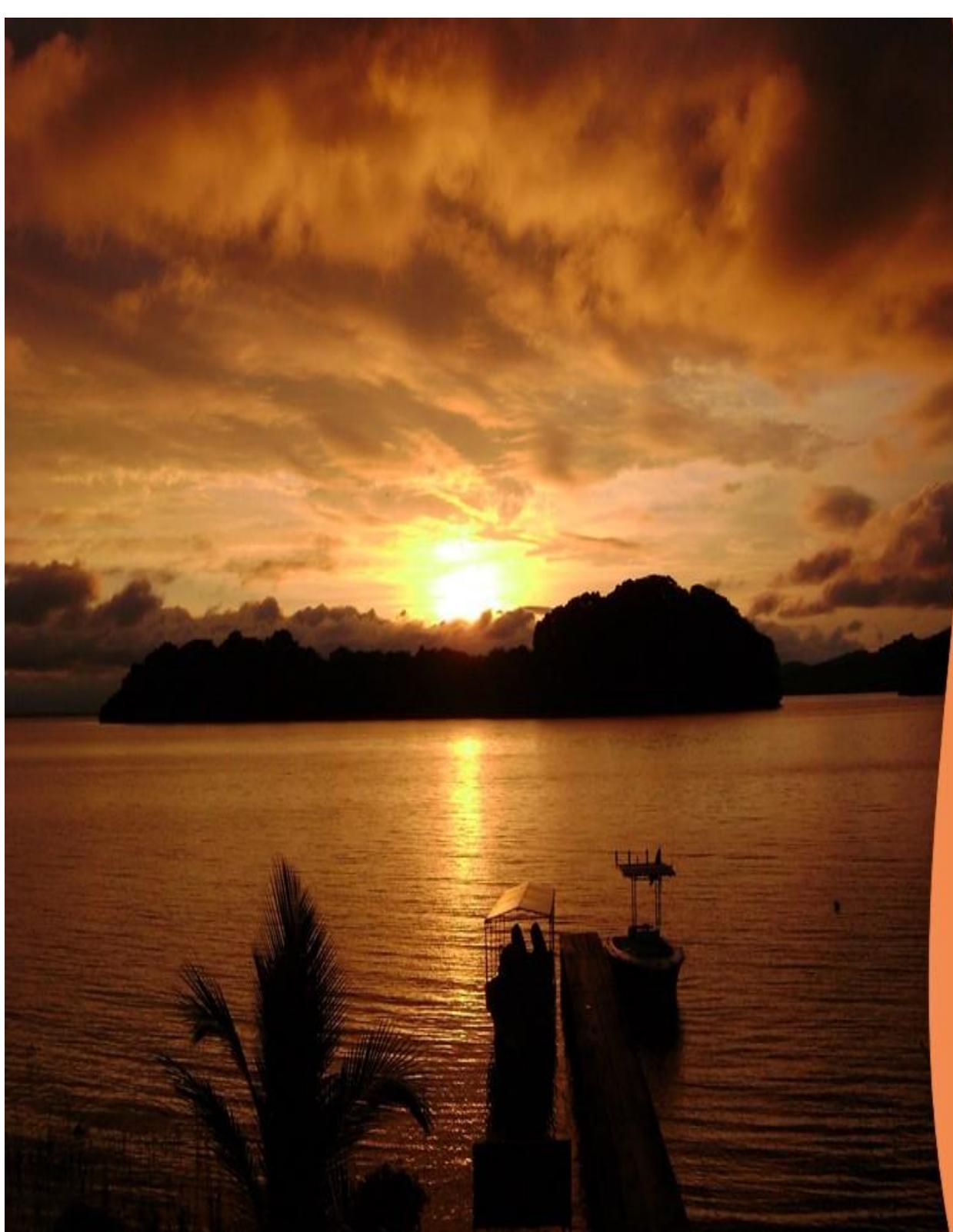
| Objetivo Especifico  | Pregunta Directriz   | Descriptores   | Pregunta Variable   | Técnicas e instrumentos  | Fuentes   |
|--|--|--|---|--|---|
| <b>Elaborar un diagnostico Turístico de las 6 islas en estudio facilite la comprensión de la realidad actual del destino.</b>  | ¿Cuenta las islas en investigación con la oferta turística que permitan desarrollar productos turísticos?  | -Recursos Naturales<br>-Recursos Históricos-Culturales<br>-Recursos socioeconómicos<br>-Servicios de Alojamiento<br>-Alimentos y bebidas<br>-Operadores Turísticos.<br>-Demanda turística<br>-Infraestructura. | ¿Qué tipo de recursos turísticos tiene la zona de estudio?<br><br>-¿Solentiname cuenta con la planta turística adecuada para el desarrollo del turismo? | -Entrevista<br>--Ficha de levantamiento de Recurso y servicios de INTUR      | -Grupo Investigador<br>-Diagnósticos realizados<br>-Pobladores<br>-Líderes Comunitarios<br>-Gabinete de Turismo |
| <b>Estructurar productos Turísticos sostenibles transfiriéndoles valor agregados a sus atributos específicos, como elementos diferenciadores que marquen la optimización del destino a nivel nacional.</b> | ¿La estructuración de productos turísticos Sostenible permitirá la diversificación y diferenciación de las islas a nivel nacional?   | -Recursos Turístico.<br>-Idea de Producto Turístico.<br>-Tipos de productos turísticos.<br>-Benchmarking   | -¿Cuáles serán las temática de cada uno de los productos turísticos?  | -Entrevistas.<br>-Encuestas.<br>-Guía de Elaboración de Producto Turísticos. | -Pobladores.<br>-Investigadores.<br>-INTUR departamental  |
| <b>Formular estrategias de promoción y comercialización para el posicionamiento de las islas como un destino sostenible y competitivo.</b>   | ¿La formulación de un plan de Promoción y Comercialización del Producto Turístico ayudará al posicionamiento de las islas en estudio como un destino turístico sostenible y competitivo? | -Plan de Marketing   | -¿Qué estrategias ayudarían a impulsar el desarrollo del turismo en el sitio de estudios?   | -Entrevistas   | -Pobladores<br>-Alcaldía.<br>-Representantes de Gabinete de turismo   |





## VI. Resultados





# Capítulo 1.

*Diagnóstico  
Turístico*



**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



### **1.1. Introducción del Diagnóstico Turístico.**

En este acápite el diagnóstico turístico muestra la situación actual del sector turismo en 6 Islas del Archipiélago de Solentiname (Isla San Fernando, Isla Mancarrón, Isla La Venada, Isla Mancarroncito, Isla Los Pájaros e Isla Los Monos), este fue elaborado mediante la recopilación y análisis de la información perteneciente a la actividad turística.

El presente diagnóstico permite tener la base para la planificación e identificación de los productos turísticos según las tendencias de los mercados y tomar las decisiones más acertadas para desarrollar el sector turismo en las Islas antes mencionadas.

En la construcción de este Diagnóstico se contemplaron los elementos internos que corresponden a las características del territorio: recursos naturales, histórico-culturales, socioeconómico, infraestructura, equipamiento y servicios turísticos. De igual manera se estudiaron elementos externos: como la demanda turística que sirve de marco de referencia para conocer el comportamiento de flujos y exigencias de turistas en un contexto nacional, regional y global.

Para la obtención de los resultados del diagnóstico fue necesario realizar un levantamiento de información primaria, la cual se obtuvo por el equipo de trabajo, durante la visita de campo, entrevistas a representantes comunitarios y pobladores locales, así mismo se llevó a cabo el levantamiento de información secundaria por medio de entrevistas realizadas al INTUR, CANATUR y alcaldía San Carlos

Este diagnóstico fue de suma importancia porque permitió llevar una secuencia lógica del levantamiento de la información y el análisis de cada uno de los elementos de la oferta y demanda turística.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## 1.2. Oferta Turística del Archipiélago de Solentiname.

### 1.2.1. Recursos Turísticos

a) Lista de Inventario de Recursos Turísticos.

| No. | Recurso | Nombre del Recurso                            | Jerarquía |
|-----|---------|---|-----------|
| 01  | RNA     | Monumento Nacional Archipiélago Solentiname   | 3         |
| 02  | RNA     | Isla Los Pájaros                              | 1         |
| 03  | RNA     | Sendero Cementerio indígena                   | 1         |
| 04  | RNA     | Isla el Padre o Isla Los Monos.               | 1         |
| 05  | RNA     | Mirador El Peñón.                             | 1         |
| 06  | RHC     | Iglesia Nuestra Señora de Solentiname         | 1         |
| 07  | RHC     | Cueva del Duende                              | 1         |
| 08  | RHC     | Museo del Archipiélago de Solentiname (MUSAS) | 1         |
| 09  | RHC     | Monumento a los caídos.                       | 1         |
| 10  | RHC     | Casa Taller de los Artistas (UPAS)            | 1         |
| 11  | RHC     | Museo Arqueológico “Ernesto Cardenal”         | 1         |
| 12  | RSC     | Artesanías y Pintura Primitivistas.           | 3         |

\*RNA: Recurso Natural.

\*RHC: Recurso Histórico Cultural





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**RECURSO NATURAL**



**01. Monumento Nacional Archipiélago de Solentiname**

**Descripción del recurso:**

El archipiélago de Solentiname está conformado por 36 islas de origen volcánico localizadas en el extremo sureste del gran lago de Nicaragua. Según el alcalde del Municipio de San Carlos, Ing. Jhonny Gutiérrez Novoa en el Archipiélago habitan aproximadamente, 1500 personas.

Solentiname posee valores paisajísticos y culturales únicos que a lo largo de los años han sido aprovechados para el desarrollo de la actividad turística. Este sitio se encuentra a 2 horas del puerto de San Carlos.

|  |   |
|--|---|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Privada.  |
| <b>Señalización:</b>                     | Existente   |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 3. Este es un sitio importante para turistas locales, Nacionales e internacionales, ya que muestra la riqueza cultural y artística de los pobladores. |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**RECURSO NATURAL**



**02. La Isla de Los Pájaros.**

**Descripción del recurso:**

Un aspecto relevante y único en Solentiname es la isla Zapote, conocida como la Isla de los Pájaros, donde anidan cada año miles de aves de diferentes especies, muchas de ellas migratorias. En todo el Archipiélago, pero particularmente en esta isla, las aves acuáticas son fácilmente observables.

Según el Sr. Luis Carbonero las aves que predominan en esta isla son las especies de Garzas, Garcillas, Martines pescadores y Patos, destacando especies como la Espátula Rosada, la Oropéndola, el Águila Pescadora, La Garza Tigre y el Ibis Blanco.

|  |   |
|--|---|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Privada.  |
| <b>Señalización:</b>                     | Inexistente                                     |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 1. Recurso potencial de interés local |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**RECURSO NATURAL**



**03. Sendero Cementerio Indígena**

**Descripción del recurso:**

Este sendero se encuentra en la isla Mancarrón y lleva directamente hacia una necrópolis o cementerio indígena, sitio donde se han extraído la mayoría de petroglifos y piezas arqueológicas que se encuentran en exhibición en el Museo Ernesto Cardenal ubicado en esta misma isla.

El recorrido dura aproximadamente 1 hora con una dificultad mínima. Durante el trayecto se camina bajo un bosque tropical seco y se encuentran rocas con grabados o petroglifos; además se pueden apreciar las llamadas rocas morteros, piedras que llevan un hoyo redondo y paredes alisadas, estas piedras eran utilizadas por los indígenas para moler semillas como el cacao y el maíz.

|  |  |
|--|--|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Pública                                      |
| <b>Señalización:</b>                     | Inexistente                                  |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 1. Recurso actual de interés local |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**RECURSO NATURAL**



**04. Isla El Padre o Isla Los Monos.**

**Descripción del recurso:**

Según la empresaria María Guevara, esta Isla se encuentra habitada únicamente por la familia Guevara Mairena. En los años 80 fue introducida una pareja de Monos Congos, los cuales con los años se han reproducido y poblado la isla, la cual ahora es reconocida por ser la única isla del archipiélago donde se pueden observar manadas de monos.

|  |   |
|--|---|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Privada   |
| <b>Señalización:</b>                     | Inexistente                                     |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 1. Recurso potencial de interés local |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**RECURSO NATURAL**



**05. Mirador El Peñón.**

**Descripción del recurso:**

Este recurso se encuentra en la Isla Mancarrón, es uno de los puntos más altos en esta isla. Durante el recorrido de 4 horas aproximadamente se puede apreciar uno de los bosques mejor conservados del archipiélago y apreciar la fauna del sitio.

Desde el Mirador se tiene una panorámica de toda la isla Mancarrón y de las demás islas vecinas, desde ese punto se puede observar los Volcanes Concepción y Maderas de la Isla de Ometepe y otras elevaciones montañosas y volcanes de Costa Rica.

|  |   |
|--|---|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Pública                                       |
| <b>Señalización:</b>                     | Inexistente                                   |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 1. Recurso actual de interés local. |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**RECURSO HISTÓRICO - CULTURAL**



**06. La Cueva del Duende**

**Descripción del recurso:**

Es uno de los sitios de arte rupestre más notables del Archipiélago. Es una cueva natural a nivel del Lago ubicada en la parte norte de la isla La Venada.

Existen aproximadamente 160 figuras grabadas en la pared del sitio, entre ellas figuras humanas y de animales, como un perro que según la creencia Azteca acompañaba hasta la otra vida. También aparece una mujer embarazada, símbolo de la fertilidad, así como otros símbolos vinculados a sus creencias., estos se pueden ver claramente en la cueva.

|  |   |
|--|---|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Pública                                       |
| <b>Señalización:</b>                     | Inexistente                                   |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 1. Recurso actual de interés local. |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**RECURSO HISTÓRICO - CULTURAL**



**07. Iglesia Nuestra Señora de Solentiname.**

**Descripción del recurso:**

Es una construcción de adobe y tejas levantada por el padre Cardenal con el apoyo de los pobladores de Solentiname, cuyos retablos se componen de los tradicionales dibujos al estilo primitivista. Aquí fue compuesta la Misa Campesina Nicaragüense de Carlos Mejía Godoy, que basa su doctrina en la igualdad social. Esta misa, más tarde prohibida por el arzobispado, se estrenó en el año 1975 en la iglesia Nuestra Señora de Solentiname en la isla de Mancarrón,

|  |  |
|--|--|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Pública  |
| <b>Señalización:</b>                     | Existente  |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 1. Recurso actual de interés local que puede ser complementario al producto turístico. |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**RECURSO HISTÓRICO - CULTURAL**



**08. Museo del Archipiélago de Solentiname (MUSAS)**

**Descripción del recurso:**

Localizado en la Isla San Fernando, fue fundado por ACRA – Asociación de Cooperación en África y América Latina en el año 2000. El museo consta de tres grandes apartados presididos por cuadros primitivistas hechos por artistas de Solentiname: “Nuestras Islas” da un panorama de lo que es Solentiname, su geografía, humedales, flora y fauna. “Nuestro pasado”: representado por un cuadro que muestra la vida de los pobladores precolombinos; una reproducción de petroglifos de la cuevas del archipiélago; con una muestra de la cerámica y escultura prehispánica. “Nosotros”: muestra escenas representativas de la vida actual y de los últimos cincuenta años.

|  |   |
|--|---|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Pública   |
| <b>Señalización:</b>                     | Existente                                       |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 1. Recurso potencial de interés local |





**RECURSO HISTÓRICO - CULTURAL**



**09. Monumento a los caídos**

**Descripción del recurso:**

Este monumento se encuentra contiguo a la Iglesia Nuestra Señora de Solentiname en la comunidad Padre Ernesto Cardenal. Fue construido en honra de la memoria de los valientes guerrilleros procedentes del Archipiélago de Solentiname que en octubre de 1977 arrebataron de las garras de la dictadura somocista, La Fortaleza, sitio estratégico militarmente ubicado en el municipio de San Carlos.

|  |  |
|--|--|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Pública  |
| <b>Señalización:</b>                     | Existente  |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 1. Recurso potencial de interés local. |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**RECURSO HISTÓRICO - CULTURAL**



**10. Casa Taller de los artistas (UPAS)**

**Descripción del recurso:**

Ubicada en la Isla San Fernando, la Casa Taller de los Artistas en Solentiname es un proyecto de la Unión de Pintores y Artesanos de Solentiname (UPAS) fundada en el año 1998, la cual tiene como objetivo promover el arte del archipiélago. En la Casa Taller podrá apreciar y comprar de manera permanente las obras de los artistas de Solentiname, tanto artesanía en madera de balsa como pintura primitivista.

|  |   |
|--|---|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Privada                                       |
| <b>Señalización:</b>                     | Existente                                     |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 1. Recurso actual de interés local. |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**RECURSO HISTÓRICO - CULTURAL**



**11. Museo Arqueológico “Ernesto Cardenal”**

**Descripción del recurso:**

El Museo Arqueológico Ernesto Cardenal, fue construido en el año 2009 con el fin de exhibir y conocer de las piezas arqueológicas y también para el control y mantenimiento de las mismas.

Este museo posee piezas arqueológicas que proceden del conjunto de las islas, aunque en mayor medida de Mancarrón, derivando su origen de hallazgos exitosos en el archipiélago. Las piezas arqueológicas forman parte de 3 periodos de los seis que conforman La Gran Nicoya, amplio periodo histórico de Centroamérica que comprende desde el año 10.000 a. C al 1.500 d.C.

|  |   |
|--|---|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Privada                                       |
| <b>Señalización:</b>                     | Existente                                     |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 1. Recurso actual de interés local. |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**RECURSO HISTÓRICO - CULTURAL**



**12. Artesanías y Pintura Primitivistas.**

**Descripción del recurso:**

Solentiname es la cuna del llamado “Arte Primitivista”, pinturas al óleo y tallas en madera de balsa cuyos rasgos más distintivos son su simplicidad de formas, su intenso colorido y la continua expresión de la fauna, los paisajes y los quehaceres locales. Según el destacado pintor de Isla La Venada Rodolfo Arellano, esta actividad artística inició en los años 70's tras la llegada a la Isla de Mancarrón del religioso Ernesto Cardenal dándose a conocer nacional e internacionalmente.

Hoy en día la artesanía local es la alternativa económica de muchas familias de Solentiname y es comercializada nacionalmente y lucha por ser exportada internacionalmente. Varias familias de pintores han adquirido especial renombre (Arellano, Pineda, Ubau, Silva, Guevara, Arana, entre otros) y sus pinturas primitivistas han sido las protagonistas de exposiciones en galerías.

|  |  |
|--|--|
| <b>Tipo de propiedad:</b>                | Pública  |
| <b>Señalización:</b>                     | Inexistente  |
| <b>Jerarquía del Recurso y argumento</b> | Jerarquía 3. La obra artística de las personas de Solentiname es reconocida a nivel mundial. |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Matriz 1: Consolidado de Recursos Turísticos:**

Se presenta una tabla con un consolidado porcentual sobre la jerarquía que poseen los recursos turísticos de Solentiname , el cual muestra que 2 de los recursos presente en el destino son conocidos a nivel Internacional y 10 atractivos jerarquía 1 que pueden complementar y ayudar a diversificar el producto turísticos .

| Jerarquía      | Tipo de Recurso    | Cantidad  |           | Porcentaje  |
|----------------|--------------------|-----------|-----------|-------------|
| 4              | Natural            | 0         | 0         | 0%          |
|                | Histórico-Cultural | 0         |           |             |
|                | Socioeconómico     | 0         |           |             |
| 3              | Natural            | 1         | 2         | 17%         |
|                | Histórico-Cultural | 1         |           |             |
|                | Socioeconómico     | 0         |           |             |
| 2              | Natural            | 0         | 0         | 0%          |
|                | Histórico-Cultural | 0         |           |             |
|                | Socioeconómico     | 0         |           |             |
| 1              | Natural            | 4         | 10        | 83%         |
|                | Histórico-Cultural | 6         |           |             |
|                | Socioeconómico     | 0         |           |             |
| <b>Totales</b> |                    | <b>12</b> | <b>12</b> | <b>100%</b> |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



### 1.2.2. Servicios Turísticos.

#### - Servicios de alojamientos

El Monumento Nacional Archipiélago de Solentiname dispone únicamente de servicios de hospedadería que a su vez ofrecen a sus visitantes un variado menú de alimentos de acuerdo a la solicitud del cliente. Es indispensable mencionar que estos prestadores de servicios se ubican únicamente en las islas San Fernando y Mancarrón.

Estas islas tienen la capacidad total de alojar a 172 personas en habitaciones sencillas, dobles, triples y cuádruples. Con precios que oscilan desde los 10 dólares hasta 80 dólares.

---

### ISLA SAN FERNANDO.

---

#### a) Hotel – Albergue Celentiname.



**Propietaria:** Sra. María Guevara Silva.

**Servicios:** Alojamiento, A & B.

**Habitaciones:** sencillas, dobles, triples y familiares.

**Teléfono:** 8465-2426, 7180-7944

**E-mail:** celentiname7@yahoo.es





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**b) Hotel Cabañas Paraíso**



**Propietaria:** Sra. María Elena Pineda

**Servicios:** Alojamiento, A & B.

**Habitaciones:** matrimoniales, dobles, triples

**Teléfono:** 2278-3998

**E-mail:** hcpsolentiname@yahoo.com

**c) Hospedaje Mira Estrellas.**



**Propietario:** Sr. Julio Cesar Sequeira.

**Servicios:** Alojamiento.

**Habitaciones:** individual, matrimoniales, dobles, triples

**Teléfono:** 8894-7331

**d) Hospedaje Familiar Vanessa.**



**Propietario:** Sra. Estelvina Martínez

**Servicios:** Alojamiento.

**Habitaciones:** individual, matrimoniales, dobles, triples

**Teléfono:** 8680-8423

**E-mail:**

jose.sequeirapineda@gmail.com





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**ISLA MANCARRON**

**a) Hotel El Buen Amigo.**



**Propietaria:** Sr. Reynaldo Ugarte.  
**Servicios:** Alojamiento, A & B.  
**Habitaciones:** sencillas, dobles, triples y familiares.  
**Teléfono:** 8869-6619, 8963-2845  
**E-mail:** [hostalbuenamigo@gmail.com](mailto:hostalbuenamigo@gmail.com)

**b) Hotel Mancarrón**



**Propietaria:** Sr. Julio Ernesto Guevara.  
**Servicios:** Alojamiento, A & B.  
**Habitaciones:** matrimoniales, dobles, triples y familiares  
**Teléfono:** 8852-3380  
**E- mail:** [inf@hotelmancarron.com](mailto:inf@hotelmancarron.com)

**c) Hostal Los Pececitos**



**Propietaria:** Sra. Lidia Castillo.  
**Servicios:** Alojamiento A & b  
**Habitaciones:** individual, matrimoniales, dobles, triples  
**Teléfono:** 8684-5710





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**d) Hospedaje Koala**



**Propietario:** Sra. Yamileth Velásquez.

**Servicios:** Alojamiento.

**Habitaciones:** individual, matrimoniales, dobles, triples

**Teléfono:** 8774-3774

**E-mail:** pnoydi@yahoo.com

**e) Hospedaje La Comunidad**



**Propietario:** Sra. Esperanza Guevara

**Servicios:** Alojamiento.

**Habitaciones:** dobles y sencillas.

**Teléfono:** 8966-7056

**E-mail:**  
admin@hospedajelacomunidad.com

**f) Hotel VIRCAM**



**Propietario:** Sra. Carmen Conejo Sancho.

**Servicios:** Alojamiento.

**Habitaciones:** individual, matrimoniales, dobles, triples

**Teléfono:** 87646804 – 87939320

**E-mail:** reservas@catalanica.com





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**6. Hotel Catalanica.**



**Propietario:** Sra. Carmen Conejo Sancho.

**Servicios:** Alojamiento.

**Habitaciones:** individual, matrimoniales, dobles, triples

**Teléfono:** 87646804 – 87939320

**E-mail:** reservas@catalanica.com

**7. Hospedaje Sueño Feliz**



**Propietario:** Sra. Esperanza Rosales

**Servicios:** Alojamiento.

**Habitaciones:** individual, matrimoniales, dobles, triples

**Teléfono:** 8876-5573

**E-mail:** esperanzarosales.29@gmail.com

**- Empresa de transporte turístico acuático.**

En el sitio se encontró un servicio de transporte turístico acuático privado; TranSol (Alianza entre transportistas de Solentiname afiliados a CANTUR), está dedicado al traslado turistas desde San Carlos a Solentiname y otros destinos de Río San Juan.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



### 1.2.3. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS.

#### - Infraestructura de transporte

Las Islas San Fernando, Mancarrón y La Venada, cuentan con el servicio de transporte acuático colectivo, es importante mencionar que este transporte únicamente hace recorridos dos veces por semana. De igual manera disponen del transporte turístico todos los días pero el costo de este es mayor al del colectivo.

Cabe resaltar que el transporte colectivo tiene únicamente dos lanchas, las cuales salen en un horario establecido y el transporte turístico privado dispone de 7 lanchas y ofrecen servicio diario de transporte.

| No | Tipo de Transporte | Nombre               | Horas de Salida y Llegada (P. San Carlos – Isla Mancarrón) | Ruta del Viaje   | Horas de Salida y Llegada (I. Mancarrón P. San Carlos) | Ruta del viaje   | Precio | Días de viajes   |
|----|--------------------|----------------------|--|--|--|--|--------|------------------|
| 1  | TW                 | Transporte Colectivo | 1:00 – 3:00 pm   | P. San Carlos, Isla La Venada, San Fernando, y Mancarrón | 5:30 am – 7:30am                                       | Isla Mancarrón, San Fernando, La Venada, P. San Carlos | C\$ 90 | Martes - Viernes |
| 2  | TW                 | TranSol              | 3:00pm- 4:00pm   | P. San Carlos, Isla La Venada, San Fernando, y Mancarrón | 10: 00 am – 11:00 am.                                  | Isla Destino – Puerto San Carlos.                      | \$ 10  | Todos los días.  |

**\*Tipo de Transporte:** Tipo de servicio de transporte según vía terrestre (TT), Acuático (TW), o Aérea (TA).

#### 1.2.2.2 Servicios Básicos

##### ▪ Comunicación

El servicio de telecomunicación en las Islas del Archipiélago, es débil pues ninguna de esta cuenta con buena cobertura de las empresas Claro y Movistar de Nicaragua, no obstante la mayor parte de la población utilizan las líneas telefónicas de Costa Rica gracias a la cercanía con este país.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



Es por eso que se requiere de la ampliación de cobertura en el departamento de Río San Juan para que esta pueda generar mejor cobertura hasta las Islas del Archipiélago.

- **Energía**

El territorio no cuenta con energía eléctrica, pero es importante señalar que cada una de las viviendas posee paneles solares los cuales son utilizados de forma correcta durante la noche, en algunos casos como el Hotel Mancarrón utilizan dos tipos de generadores de energía solar y con gasolina.

- **Agua Potable**

La mayor parte de la población no cuenta con sus propios pozos de agua potable, por lo cual los pobladores deben dirigirse hasta la Isla San Fernando único lugar que tiene a disposición este servicio, el cual fue uno de los beneficios que obtuvieron los pobladores a través del proyecto ACRA, empresa que trabaja en temáticas de agua potable y saneamiento; por otra parte los pobladores utilizan agua del lago para los quehaceres de sus hogares

- **Aguas Residuales**

El Archipiélago no dispone de redes de alcantarillado sanitario, pero hace uso de sumideros en hospedería y población en general.

## **1.2.4. Servicios Conexos de Apoyo al Turismo**

### **1.2.4.1 Instalaciones Comerciales**

Cada una de las islas cuentan con variadas instalaciones comerciales destacándose, las ventas de artesanías las cuales son un atractivo para los turistas extranjeros, de igual manera las Islas Mancarrón y San Fernando disponen de pulperías y talleres artesanales.

En total fueron identificadas 9 instalaciones comerciales.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



### **1.2.4.2 Servicios complementarios.**

Los servicios complementarios encontrados son: Centro de Salud ubicado en la Isla Mancarrón, una biblioteca y base militar ubicados en el mismo sitio.

## **1.2.5 Equipamiento de Recreación y entretenimiento**

### **1.2.5.1 Espacios de Recreación públicos y privados**

Dentro de los territorios se encontró únicamente un parque público ubicado en Isla



Parque de la comunidad P. Ernesto Cardenal, Isla Mancarrón

Mancarrón, es importante destacar que en las demás islas no hay presencia de estos debido a que Solentiname es un destino que aún está en el proceso de desarrollo turístico.

Sin embargo este tipo de espacios son importantes para la actividad turística, es por ello que es necesario que la

municipalidad de San Carlos en conjunto con las comunidades de Solentiname invierta en la creación de espacios de recreación ya que son esenciales y forman parte de las facilidades turísticas.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



| MATRIZ 3: CONSOLIDADO DE LA OFERTA TURISTICA DEL ARCHIPIELAGO DE SOLENTINAME |     |     |     |           |  |                                     |       |                 |         |   |   |      |  |  |  |
|--|-----|-----|-----|-----------|--|-------------------------------------|-------|-----------------|---------|---|---|------|--|--|--|
| <b>1. Recursos Turísticos</b>  |     |     |     |           | Los principales recursos son:  |                                     |       | Jerarquía       | Demanda |   |   |      |  |  |  |
| Representatividad en base al tipo de Recursos:                               |     |     |     |           | Monumento Nacional Archipiélago de Solentiname   |                                     |       | 3               | Alta    |   |   |      |  |  |  |
| RNA  | 30% | RHC | 70% | RSE       | 0  | Artesanías y pinturas primitivistas |       |                 | 3       | Alta  |   |      |  |  |  |
| Potencialidad en base a Jerarquía:   |     |     |     |           | Islas los Pájaros  |                                     |       | 1               | Baja    |   |   |      |  |  |  |
| 1  | 83% | 2   | 0%  | 3         | 17%  | 4                                   | 0%    | Cueva el duende |         |   | 1 | Baja |  |  |  |
| Oportunidad en base a Demanda:   |     |     |     |           | Iglesia Nuestra Señora de Solentiname  |                                     |       | 1               | Media   |   |   |      |  |  |  |
| A  |     | M   |     | B         |  | Museo Arqueológico Ernesto Cardenal |       |                 | 1       | Baja  |   |      |  |  |  |
| <b>2. Servicios Turísticos</b>   |     |     |     |           |  |                                     |       |                 |         |   |   |      |  |  |  |
|  |     |     |     |           | <b>Establecimiento</b>   |                                     |       | <b>Plaza</b>    |         |   |   |      |  |  |  |
| Alojamientos   |     |     |     |           | 12   |                                     |       | 172             |         |   |   |      |  |  |  |
| Alimentos y Bebidas  |     |     |     |           | -  |                                     |       | -               |         |   |   |      |  |  |  |
| Venta de Artesanías  |     |     |     |           | 9  |                                     |       | 9               |         |   |   |      |  |  |  |
| Servicio Recreativos   |     |     |     |           | -  |                                     |       | -               |         |   |   |      |  |  |  |
| Turismo Receptivo  |     |     |     |           | -  |                                     |       | -               |         |   |   |      |  |  |  |
| <b>3. Infraestructura y Equipamiento</b>                                     |     |     |     |           |  |                                     |       |                 |         |   |   |      |  |  |  |
| Condición de accesibilidad a los recursos turísticos                         |     |     |     |           | Optimo   | 80%                                 | Bueno | 10%             | Regular | 10%   |   |      |  |  |  |
| Cobertura de Servicios básicos   |     |     |     | Rural     |  |                                     |       |                 |         | Comunicación 20%, energía 50%, agua potable 30%, aguas residual 0%.   |   |      |  |  |  |
| Transporte   |     |     |     | Aéreo     |  |                                     |       |                 |         | -   |   |      |  |  |  |
|  |     |     |     | Acuático  |  |                                     |       |                 |         | Existen dos tipos de transporte: Público colectivo y Privado TranSol. |   |      |  |  |  |
|  |     |     |     | Terrestre |  |                                     |       |                 |         | -   |   |      |  |  |  |
| Espacios de Recreación   |     |     |     |           | 1 parque público   |                                     |       |                 |         |   |   |      |  |  |  |
| Instalaciones Comerciales  |     |     |     |           | Ventas de artesanías   |                                     |       |                 |         |   |   |      |  |  |  |
| Turismo Receptivo  |     |     |     |           | -  |                                     |       |                 |         |   |   |      |  |  |  |
| <b>4. Organización y gestión turística local</b>                             |     |     |     |           |  |                                     |       |                 |         |   |   |      |  |  |  |
| Organizaciones del sector turismo  |     |     |     |           | - CANTUR Solentiname<br>- Unión de pintores y artesanos de Solentiname (UPAS)  |                                     |       |                 |         |   |   |      |  |  |  |
| Proyectos  |     |     |     |           | Inserción del agua potable en Isla San Fernando a través de la Asociación de Cooperación en África y América Latina. |                                     |       |                 |         |   |   |      |  |  |  |
| Eventos  |     |     |     |           | -  |                                     |       |                 |         |   |   |      |  |  |  |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**1.3. DEMANDA TURISTICA**

**1.3.1. Análisis de la Demanda.**

Para conocer la demanda de las islas estudiadas se entrevistó a una muestra de 30 turistas que se encontraron en las islas Macarrón y San Fernando. Es importante señalar que las islas Mancarroncito, Los pájaros, Los Monos y La Venada no se encontraron turistas a los cuales aplicarles encuestas.

De igual manera, se aplicó la ficha de caracterización de demanda a los prestadores de servicios para obtener información sobre a demanda actual, en donde se tomó como referencia los hospedajes de las islas, Mancarrón y San Fernando, el Taller de Artesanías y los museos.

Con la presente información se logró hacer un análisis de la demanda y los motivos de viajes, los cuales fueron retomados para la segmentación del mercado turístico.

**1.3.2. Perfil y origen del turista.**



\*Fuente: Elaboración propia



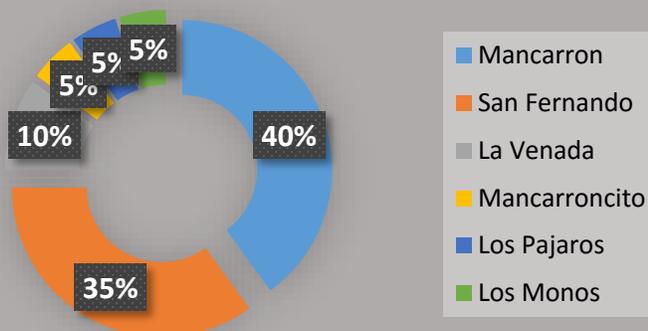


**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**1.3.3. Demanda diaria aproximada.**

**a) Islas mas visitadas.**

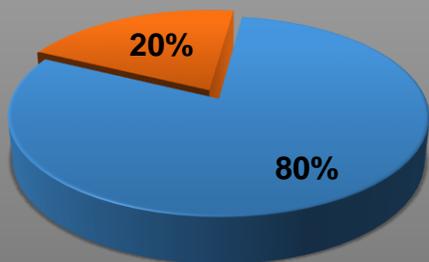


El porcentaje hace referencia a cada una de las islas más visitadas en El Archipiélago, este cálculo fue realizado a través de los resultados de las entrevistas.

Como se puede observar Mancarrón es la isla más visitada, seguido de la Isla San Fernando esto debido a los servicios de hospedajes con los que cuentan.

**b) Visitas de Turistas**

■ Días de Semana   ■ Fines de Semana



De acuerdo a las evaluaciones, los fines de semana la afluencia de visitantes es menor que a la semana debido a que la mayoría de los turistas prefirieron viajar en transporte colectivo, y este únicamente realiza dos salidas durante la semana, Martes y Viernes, lo que hace que el turista pernocte 3 días y se retire de las islas los días viernes.

**1.3.4. Temporalidad**

La frecuencia de la demanda turística en las islas es permanente (todo el año), sin embargo se presenta una baja en el números de visitas durante los meses que van de febrero a junio.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**a) Resumen de temporadas**

| <b>Temporada Alta</b>                                     | <b>Temporada Baja</b>                                     |
|---|---|
| Semana Santa, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre y Enero. | Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Junio, Noviembre, Diciembre. |

**1.3.4. Comportamiento del turista.**

Los turistas que reciben las islas antes mencionadas viajan generalmente en grupos de 2 a 6 personas por cuenta propia, estos permanecen en las islas San Fernando y Mancarrón de 2 a 5 días. De igual forma hay una afluencia de turistas de la tercera edad que viaja en familia pernoctando hasta 3 días y otros que realizan su visita en pareja y se quedan de 1 a 2 días.

**1.3.5. Formas de viaje**

Existe una gran demanda que se traslada por medio de viajes independientes, bien sea en pareja o familiar, además hay muy pocas tour operadoras que trabajen en Solentiname. No todos los prestadores de servicios en Solentiname trabajan en alianzas estratégicas con operadores turísticos. Según la Sra. Nubia Arcia Mayorga, propietaria del hotel Mancarrón, su hotel y Cabañas Paraísos son los únicos que trabajan con operadores como Solentiname Tours, Va Pues tour y NTUR.

**1.3.6. Demanda potencial.**

Una vez identificada la demanda actual, también fue importante identificar la demanda potencial para definir los tipos de turismo que pueden desarrollarse en el destino, es por ello que a continuación se muestran los tipos de turismo potenciales:

- Ecoturismo.
- Turismo Rural.
- Turismo Ornitológico.
- Turismo Cultural.
- Turismo deportivo.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**1.4. Análisis FODA.**

El análisis FODA es una herramienta que permite manifestar la situación actual de un lugar en estudio, permitiendo conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la zona en estudio para su desarrollo en la actividad turística.

|                  | Fortalezas   | Debilidades  |
|------------------|--|--|
| Análisis Interno | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las islas se encuentran situadas dentro de un área protegida bajo la categoría de Monumento Nacional.</li> <li>2. Existencia de Transporte Público y Privado.</li> <li>3. Diversidad de productos étnicos (artesanías).</li> <li>4. Excelente Recursos Turísticos.</li> <li>5. Presencia de CANTUR.</li> <li>6. Existencia de recursos humanos como artistas, artesanos, dueños de negocios y establecimientos con un nivel educativo superior.</li> <li>7. Seguridad ciudadana.</li> <li>8. Incidencia de ONG como ACRA</li> <li>9. Posee áreas naturales atractivas y una biodiversidad de flora y fauna.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baja cobertura en cuanto a telefonía convencional como móvil.</li> <li>2. Falta de servicios básicos como electricidad, agua potable.</li> <li>3. Conflictos Territoriales.</li> <li>4. Falta de personal calificado en temas de guiado de turistas.</li> <li>5. Poca promoción turística</li> <li>6. No hay infraestructura de apoyo al turismo adecuada</li> </ol> |
|                  | Oportunidades  | Amenazas   |
| Análisis Externo | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Existencia de proyectos de desarrollo turísticos como Ruta del agua.</li> <li>2. Cercanía con puestos fronterizos</li> <li>3. Capacidad para desarrollar Turismo de aventura, naturaleza y Rural Comunitario.</li> <li>4. Interés de los prestadores de servicio en desarrollar los atractivos turísticos de las zonas.</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Competitividad turística de otros destinos a nivel departamental o nacional.</li> <li>2. Deterioro de los recursos naturales.</li> <li>3. La apatía local y la complacencia</li> </ol>   |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**1.5. VENTAJAS COMPARATIVAS Y COMPETITIVAS**

| <b>VENTAJAS COMPARATIVAS</b><br>¿Qué tenemos que nos hace diferente?  | <b>VENTAJAS COMPETITIVAS</b><br>¿Qué nos hace falta para competir?   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Paisajes escénicos.</li> <li>• Historia Revolucionaria.</li> <li>• Monumento Nacional.</li> <li>• Variedad de atractivos</li> <li>• Recursos culturales auténticos.</li> <li>• Tipologías de turismo que no posee la competencia.</li> <li>• Alto nivel de seguridad local.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción física y digital del destino.</li> <li>• Capital humano especializado en turismo.</li> <li>• Programas de capacitación sobre Calidad, Atención al Cliente y Buenas Prácticas Sostenibles a los prestadores de Servicios Turísticos</li> <li>• Uso de tecnología alternativa.</li> <li>• Cobertura total de servicios e infraestructura en el archipiélago.</li> </ul> |

**1.6 Análisis de la competencia.**

Solentiname se ubica dentro de la oferta turística del departamento de Río San Juan, esta posee diferentes atractivos turísticos conocidos a nivel nacional e internacional. Una de las principales competencia de Solentiname es el destino turístico: El Castillo, es por ello que se hace necesario darle seguimiento a las ventajas competitivas que se muestran en el cuadro anterior para mejorar la competitividad del sitio en estudio.

**A continuación se presentan las ventajas que definen a la competencia.**

**El Castillo**

**¿Que tienen?**

- Recurso histórico-cultural el Castillo Inmaculada Concepción.
- Río San Bartola.
- Buena Infraestructura turística.
- Promoción física y digital.
- Transporte público y privado.





# Capítulo 2.

*Estructuración  
de los  
Productos  
Turísticos*



**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



### 2.1. Producto Actual

Es importante resaltar que en Solentiname no existen productos turísticos estructurado, el aprovechamiento de los recursos se ha dado de manera natural a través de la venta de servicios y actividades de manera independiente basada en el atractivo anzuelo: Monumento Nacional Archipiélago de Solentiname, lo que ha dado como resultado el siguiente esquema:

#### Atractivo anzuelo



#### Servicios turísticos



Alimentación



Alojamientos



Senderismo

#### Servicios Complementarios



Recorrido por las islas en lancha



Visita a la casa de los pintores



Visita a museo





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## 2.2. Análisis Comparativo de Productos Turísticos (Benchmarking)

Una vez concluida la primera etapa donde se analizaron los recursos, la oferta, la demanda e infraestructura turística. Se hizo necesario realizar el siguiente análisis comparativo o benchmarking con otros destinos, para identificar los métodos y estrategias que se necesitan aplicar para mejorar y aumentar la demanda de Solentiname.

### 2.2.1. Estudio comparativo con 2 destinos del país: isla de Ometepe, Rivas e Isletas de Granada.

Para la realización del análisis comparativo se seleccionaron los destinos: Isla de Ometepe e Isletas de Granada porque ambos destinos han alcanzado un desarrollo turístico representativo en el país. Además que poseen características similares al destino Solentiname lo que sirve como referencia para tomar pautas para el desarrollo turístico de la zona de estudio.



Imagen de promoción turística Ometepe



Imagen de promoción de las isletas de Granada





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**A continuación se presenta la matriz del estudio comparativo.**

| INDICADOR A EVALUAR                  | DESTINO 1: Isla de Ometepe, Rivas  | DESTINO 2: Isletas de Granada   |
|--------------------------------------|--|---|
| <b>¿QUÉ VENDEN?</b>                  | <b>Naturaleza, Aventura y Cultura.</b>   | <b>Naturaleza, Aventura y Cultura.</b>  |
| # de Productos                       | - Kayak en el lago, Canopy, Museos, Volcanes, Senderismo, Cascada, Ojo de Agua y playas.   | - Kayak en el lago, tour en lancha, viacrucis acuático.   |
| Tipos de Productos                   | -Producto Insignia.  | Producto Insignia   |
| <b>¿A QUIÉN LO VENDEN?</b>           |  |   |
| Mercado Nacional e internacional     | - Ambos  | Ambos   |
| Por motivaciones de turistas         | - Amantes de la naturaleza, aventura, historia y cultura.  | - Amantes de la naturaleza, aventura, cultura e historia.   |
| <b>¿CÓMO LO VENDEN?</b>              |  |   |
| Tienen marca de productos            | - Tiene imagen de Marca: Logo, Eslogan, Banco de fotos<br> | - No cuentan con una marca pero se comercializa a través de la oferta que posee la ciudad de Granada. |
| Hacen publicidad                     | - Medios de comunicación y prensa  | - Medios de comunicación y prensa   |
| Marketing electrónico                | - Página Web, Redes sociales (YouTube, Facebook).  | - Página Web, Redes sociales (YouTube, Facebook).   |
| <b>Distribución</b>                  | - Agencias y TTOO que ofertan el destino y productos individuales.   | - Agencias y TTOO que ofertan el destino y productos individuales.                                    |
| <b>Tipo de material promocional</b>  | - Brochures, volantes, mapas, impresos.  | - Brochures, volantes, mapas, impresos.   |
| <b>Viajes de prensa</b>              | --   |   |
| <b>Descripción de la experiencia</b> | - Se describe la experiencia en páginas web y se escriben las experiencias de visitantes.  | - Se describe la experiencia en páginas web y se escriben las experiencias de visitantes.             |
| <b>¿Cómo miden su resultado?</b>     |  |   |
| <b>Indicadores que aplican</b>       | -A través de los reglamentos.  |   |





### 2.2.2. Conclusiones Análisis Comparativo.

Se considera importante distinguir entre las diferentes escalas territoriales de los destinos respecto a la superficie territorial, el Archipiélago de Solentiname es en cuanto a superficie el destino más pequeño entre los analizados pero con la ventaja de poseer varias islas.

Los destinos analizados se encuentran ubicados en el lago de Nicaragua distante al centro de distribución de turistas (Managua). Ometepe y Las Isletas cuenta con mayores facilidades de transporte, Granada porque su acceso es terrestre y con muy buenas condiciones y Ometepe porque tiene el servicio aéreo y acuático con horarios de salidas accesibles,



**Mapa de ubicación de los destinos Ometepe e Isletas de Granada**

es por ello que es necesario hablar de temas de accesibilidad, lo cual mejorara la situación de conectividad con el Archipiélago de Solentiname.

En cuanto a calidad turística, Ometepe y las isletas de Granada son destinos maduros y posicionados en el mercado turístico nacional e internacional por lo cual las exigencias de la calidad son más notables en este destino.

Además, Ometepe cuenta con una marca turística clara y definida, y Las Isletas se vende a través de la oferta de la ciudad de Granada, destacando que Granada es uno de los principales destinos turísticos del país y Solentiname a pesar que su comercialización es a través de la oferta de Río San Juan carece de una marca destino que lo represente como tal.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**

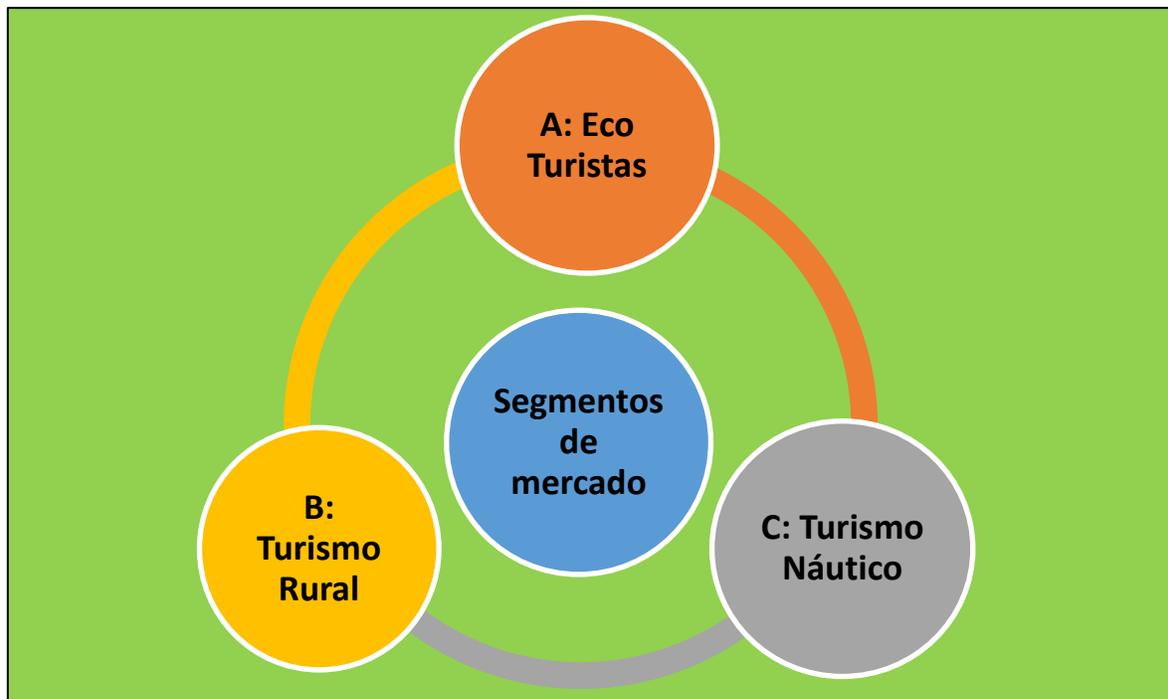


### 2.3. Segmentación turística

#### 2.3.1 Segmentación de mercados prioritarios.

Los presentes segmentos de mercados son lo que se tomarán en cuenta para las propuestas de los productos turísticos, ya que estos partirán a través de los gustos y preferencias de los turistas actuales y potenciales, identificados en las islas donde se realizó el levantamiento de información de la demanda. Es por ello que en la segmentación se tomaron en cuenta los siguientes aspectos: perfil del turista, motivaciones, origen y preferencias.

En base a lo anterior, se realizó 3 segmentos de mercados turísticos prioritarios, a quienes estarán dirigidos los productos turísticos.



\*Esquema de los segmentos prioritarios para las seis islas estudiadas.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Segmento A – Eco turistas**

***Amantes de la naturaleza y aventura.***

**Perfil :**

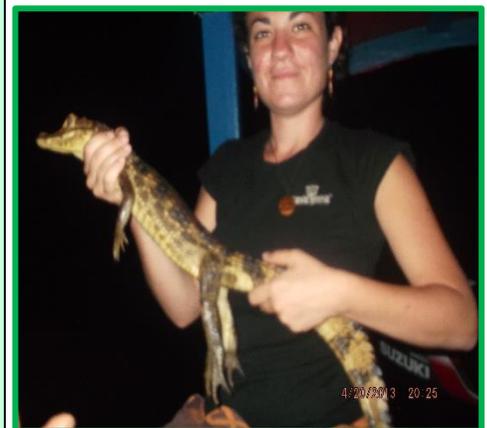
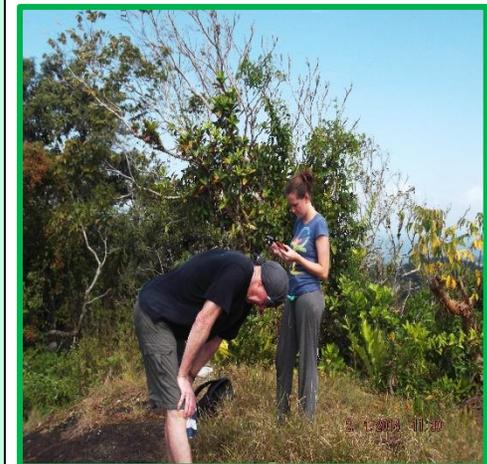
- Visitantes entre los 26 y 40 años, motivados por el conocimiento de la naturaleza, aventura y nuevas culturas.
- Su promedio de estadía es de 2 – 7 días en el país.
- Su gasto es de aproximadamente \$20 a \$50 dólares por día.

**Motivaciones :**

- Conocer destinos nuevos, con naturaleza virgen, con atractivos singulares, con variedad de oferta, hospitalarios.
- Busca destinos que realizan prácticas de turismo sostenible y le dan mucho valor a actividades que impliquen una responsabilidad social, así como a las vivencias culturales como: mercados libres, gastronomía, folklore.

**Preferencias:**

- Realizar actividades en la Naturaleza: áreas pintorescas, paseos en botes, caminatas de un día, canopy senderismo, observación de flora y fauna.
- Les gusta hacer natación, navegación por ríos o lagos, cabalgatas, kayak, pesca, bicicletas de montañas.
- Centro de información permanente (Folletería y mapas en inglés)
- Información en Internet.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Segmento B- Turismo Rural**

**Perfil :**

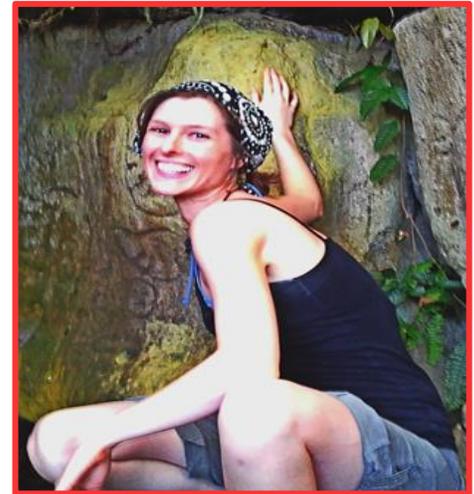
- Viajeros extranjeros principalmente de destinos de Europa como: Francia, Alemania, Inglaterra entre las edades de 25 a 45 años, desean conocer un nuevo destino y cultura.
- Promedio de estadía de 7 días a 13 días en el país.
- Gasto promedio de \$45 a \$50 dólares por día.

**Motivaciones :**

- Visitar sitios para estar en contacto con los recursos naturales, culturales y la gente local.
- Conocer nuevos lugares lejos del entorno urbano, donde les sea más fácil descansar y apreciar la naturaleza en su estado más puro.
- Realizar ejercicio al aire libre.
- Disfrutar de tranquilidad y silencio.

**Preferencias :**

- Gustan de una alimentación sana y natural que proporcionan los alimentos hechos en casa.
- Optan por actividades que los hacen más conscientes con el medio ambiente.
- La actividad más demandada es: caminatas.
- La oferta de comida local con ingredientes locales, y el trato familiar.
- Les gusta los paisajes y parques naturales.
- Centros de información permanente (mapas, folletería)
- Información sobre sitios donde se puede hacer turismo rural.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Segmento C - Turismo Náutico.**

**Perfil:**

- Individuos entre los 18 a 40 años, motivados por el disfrute de las costas, el sol y la playa.
- Gasto promedio de \$20 a \$40 dólares
- Su promedio de estadía es de 2- 10 días en el país.

**Motivaciones :**

- Visitar sitios para disfrutar del sol y la playa.
- Practicar de deportes acuáticos como natación, kayak, windsurf, katesurf, pesca artesanal.

**Preferencias :**

- Gustan de una alimentación basada en mariscos.
- Buscan hoteles que ofrezcan condiciones básicas de higiene y confort.
- Buscan sitios con paisaje y parques naturales.
- Prefieren sitios que presente condiciones óptimas para realizar las actividades deportivas.
- Guías especializados para la práctica.
- Centros de información permanente (mapas, folletería)
- Precios accesibles.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## **2.4. Estructuración de Productos Turísticos para las Islas San Fernando, Mancarrón, La Venada, Los Pájaros, Los monos y Mancarroncito.**

Para la estructuración del presente producto fue necesario tomar en cuenta los siguientes elementos:

### **a) Atractividad de la demanda:**

El diseño de este producto se realizó a partir de los gustos y necesidades del consumidor actual y potencial de las islas en estudio, para conseguir un mejor posicionamiento de las prácticas turísticas que presentan una mayor aceptación.

### **b) Potencialidad de crecimiento de demanda a medio y largo plazo:**

Con el presente producto se pretende fomentar el desarrollo, no sólo de las prácticas turísticas que en la actualidad demuestran mayor aceptación por parte de la demanda, sino también, las prácticas que se prevé contarán con un mayor crecimiento y aceptación en un escenario a medio y largo plazo.

**c) El producto debe tener los siguientes factores:** Experiencial, Físico y Emocional.

**d) El Producto debe ser:** competitivo y comercializados eficazmente, contar con el apoyo local deseado, debe ser accesible.

**e) Producto sostenible:** Aportar a la economía local, contribuir a la conservación cultural y ambiental.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**2.4.1. Propuestas de Productos Turísticos:**

**Producto Turístico #1**

| 1- Segmento de Mercado  |  |
|---|--|
| <b>Eco turista:</b> En general busca experiencias especializadas de observación del medio natural (geológico, paisajístico, fauna, etc.). |  |
| 2- Conceptualización del producto   |  |
| a. Nombre del producto  | <b>“Solentiname, Edén de las aves”</b>   |
| b. Eje temático del producto:   | Ofrecer a los turistas la oportunidad de desarrollar actividades de contacto directo con la naturaleza y la observación especializada de aves de la zona.                  |
| c. Experiencia única del producto   | Vive la experiencia de navegar entre el monumento nacional Archipiélago de Solentiname y disfrutar del avistamiento especializado de aves acuáticas locales y migratorias. |
| d. Tipo de turismo relacionado, según PNDTS.  | Turismo ornitológico.  |
| e. Recurso turístico principal  | Isla los Pájaros.  |
| f. Recursos turísticos secundarios  | Isla Los Monos, Senderismo en mirador el peñón y cueva el duende.  |
| g. Actividades a Desarrollar  | Navegación contemplativa, aviturismo, observación de monos congos.   |
| h. Normas técnicas para la conservación del recurso   | Reglamento para la seguridad del turista.  |
| 3- Funcionalidad del Producto   |  |
| a. Zonificación   | Isla Los Pájaros.  |
| b. Temporadas de operación  | Todo el año  |
| c. Imagen a proyectar del destino (valores agregados al producto).  | Sostenibilidad, destino verde/ecológico, especialista en observación de aves.  |
| d. Descripción de Equipamiento requerido.   | Ropa cómoda.   |
| e. Equipamiento por desarrollar.  | Binoculares.   |
| f. Independencia de producto.   | El turista puede llegar por su cuenta y hacer consumo del producto.  |
| g. Tipo de empresas a formar parte del producto.  | Empresas de Transporte, Alojamiento, Alimentación, Guías de turistas especializados.   |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Producto Turístico #2**

| <b>1- Segmento de Mercado</b>  |   |
|--|---|
| <b>Turista Rural:</b> buscan la oportunidad de participar en las actividades tradicionales y estilo de vida de la comunidad. |   |
| <b>2- Conceptualización del producto</b>   |   |
| a. Nombre del producto   | <b>“Artesanos por un Día”.</b>  |
| b. Eje temático del producto:  | Ofrecer a los turistas la oportunidad de experimentar el valor de la identidad cultural y disfrutar del entorno físico y humano en Solentiname. |
| c. Experiencia única del producto  | Forma parte de elaboración artística de los artesanos de la zona.   |
| d. Tipo de turismo relacionado, según PNDTS.   | Turismo Cultural.   |
| e. Recurso turístico principal   | Artesanías  |
| f. Recursos turísticos secundarios   | Casa taller de los artistas UPAS (Unión de pintores y artesanos de Solentiname).  |
| g. Actividades a Desarrollar   | Elaboración de artesanías, visita a la casa taller.   |
| h. Normas técnicas para la conservación del recurso  | Reglamento para la seguridad del turista.   |
| <b>3- Funcionalidad del Producto</b>   |   |
| a. Zonificación  | Islas La Venada, San Fernando, Mancarrón.   |
| b. Temporadas de operación   | Todo el año   |
| c. Imagen a proyectar del destino (valores agregados al producto).   | Sostenibilidad, especialistas en elaboración de artesanías.   |
| d. Descripción de Equipamiento requerido.  | Madera de balsa, utensilios para tallar artesanías, pinturas y pinceles.  |
| e. Equipamiento por desarrollar.   | No necesario  |
| f. Independencia de producto.  | El turista puede llegar por su cuenta y hacer consumo del producto.   |
| g. Tipo de empresas a formar parte del producto.   | Empresas de Transporte, Alojamiento, Alimentación, Artesanos.   |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Producto Turístico #3**

| <b>1- Segmento de mercado</b>  |  |
|--|--|
| Turismo Náutico: mercado motivado básicamente por el disfrute de playas y la realización de actividades acuáticas. |  |
| <b>2- Conceptualización del Producto</b>   |  |
| a. Nombre del producto   | <b>“KiteSurfing Solentiname”</b>   |
| b. Eje temático del producto:  | Ofrecer al visitante la experiencia de practicar actividades acuáticas como el KiteSurf. |
| c. Experiencia única del producto  | Practicar una nueva tendencia de deporte en el lago más grande de Centroamérica.         |
| d. Tipo de turismo relacionado, según PNDTS.   | Turismo Deportivo.   |
| e. Recurso turístico principal   | Monumento Nacional Archipiélago de Solentiname.  |
| f. Recursos turísticos secundarios   | -  |
| g. Actividades a Desarrollar   | KiteSurf, kayak, pesca deportiva, natación.  |
| h. Normas técnicas para la conservación del recurso  | Reglamento para la seguridad del turista   |
| <b>3- Funcionalidad del Producto</b>   |  |
| a. Zonificación  | Zona Suroeste del lago de Nicaragua  |
| b. Temporadas de operación   | Todo el año.   |
| c. Imagen a proyectar del destino (valores agregados al producto).   | Sostenibilidad, Ideal para el desarrollo de actividades acuáticas y deportivas.          |
| d. Descripción de Equipamiento requerido.  | Cometa, tabla, Arnés, Traje de neopreno, chaleco de flotación.                           |
| e. Equipamiento por desarrollar.   | Cometa, tabla, Arnés, Traje de neopreno, chaleco de flotación.                           |
| f. Independencia de producto.  | El turista puede llegar por su cuenta y hacer consumo del producto.                      |
| g. Tipo de empresas a formar parte del producto.   | Empresas de Transporte, Alojamiento, Alimentación.                                       |





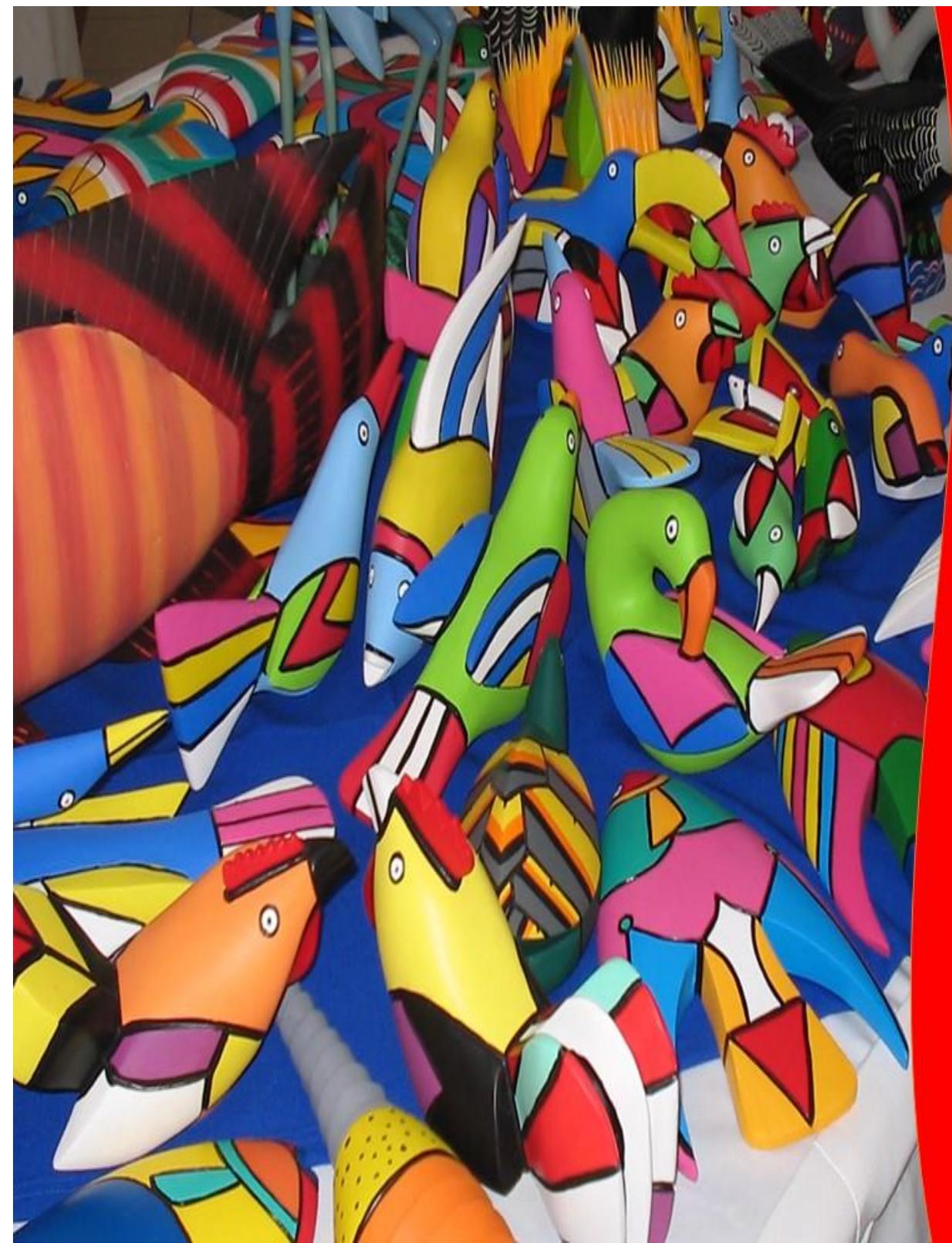
**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Producto Turístico #4**

| <b>1- Segmento de Mercado</b>  |  |
|--|--|
| Este producto turístico esta dirigidos a los segmentos de mercados prioritarios establecidos en el capítulo anterior: Eco turistas, Turismo Rural y Turismo Deportivo. |  |
| <b>1- Conceptualización del producto</b>   |  |
| a. Nombre del producto   | <b>“Solentiname, Islas Sagradas del Arte”.</b>   |
| b. Eje temático del producto:  | Ofrecer a los turistas la oportunidad de desarrollar actividades de contacto directo con la naturaleza, la comunidad y el arte, de manera activa y dinámica en un espacio natural y rural auténtico. |
| c. Tipo de Producto  | Insignia.  |
| d. Experiencia única del producto  | Vive la experiencia de navegar entre el monumento nacional Archipiélago de Solentiname.  |
| e. Tipo de turismo relacionado.  | Turismo de Naturaleza.<br>Turismo Rural.<br>Turismo Náutico.   |
| f. Recurso turístico principal   | Archipiélago de Solentiname.   |
| g. Recursos turísticos secundarios   | Todos los recursos identificados.  |
| h. Actividades a Desarrollar   | Navegación contemplativa, observación de aves y monos, visita a la comunidad de artistas (explicación de elaboración de pinturas y artesanías), pesca artesanal, kayak.                              |
| i. Normas técnicas para la conservación del recurso  | Reglamento para la seguridad del turista.  |
| <b>2- Funcionalidad del Producto</b>   |  |
| a. Zonificación  | Toda la zona del archipiélago de Solentiname y recursos potenciales aledaños.  |
| b. Temporadas de operación   | Todo el año  |
| c. Imagen a proyectar del destino (valores agregados al producto).   | Sostenibilidad, destino verde/ecológico y autentico.   |
| d. Descripción de Equipamiento requerido.  | Ropa cómoda.   |
| e. Equipamiento por desarrollar.   | No necesario.  |
| f. Independencia de producto.  | El turista puede llegar por su cuenta y hacer consumo del producto.  |
| g. Tipo de empresas a formar parte del producto.   | Empresas de Transporte, Alojamiento, Guías de turistas,  |





# Capítulo

# 3.

*Plan de  
Promoción y  
Comercialización*



## “Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”, Octubre 2015 – Junio 2016.



### 3.1. Plan de promoción y comercialización turística.

En el proceso de desarrollo de un producto turístico es importante el paso hacia la comercialización, debido a que su principal objetivo es ofrecer el producto en el lugar y momento en que el consumidor desea adquirirlo, por esta razón es un proceso determinante para posicionar un producto en el mercado.

De igual manera es esencial considerar, a la hora de comercializar con éxito los nuevos productos, su valor sostenible, el factor experiencial, la diferenciación, pero sobre todo garantizar la calidad en los servicios que los turistas demandan, es por ello que es necesario el diseño de un plan de promoción y comercialización, con el fin de convertirlo en un instrumento que funcione como guía a todas las personas y empresas vinculadas con el negocio de la industria turística en Solentiname.

#### 🚩 Principales Objetivos del Plan.

- 1 • Estudiar los mercados turísticos actuales y potenciales, para impulsar el desarrollo turístico de Solentiname de acuerdo a las preferencias de estos.
- 2 • Marcar claramente la diferencia entre el producto de Solentiname al de la competencia.
- 3 • Posicionar a Solentiname en el mercado nacional e internacional, a través del uso correcto de los canales de comercialización.
- 4 • Implementar diferentes formas de promoción y comercialización del producto, para la captación y fidelización de la demanda.

Para alcanzar los objetivos propuestos es necesario realizar el planteamiento de estrategias, por tal razón se presenta el resumen de cada una de las estrategias a





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



implementar, las cuales incluyen a la vez acciones específicas que permiten la búsqueda de oportunidades para el posicionamiento del destino turístico Archipiélago de Solentiname en el mercado turístico.

**Acciones**

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Estrategia 1</b><br/><b>Inteligencia de mercado</b><br/><b>“Saber más”</b></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Dar continuidad a la información de los mercados a priorizar de forma sistemática y objetiva.</li> <li>•Analizar e interpretar la información obtenida.</li> </ul>   |
| <p><b>Estrategia 2</b><br/><b>Diferenciación y diversificación del producto turístico.</b><br/><b>“Crear experiencias turísticas diferenciadoras”</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Elaborar productos turísticos para los segmentos de mercados prioritarios.</li> </ul>  |
| <p><b>Estrategia 3</b><br/><b>Comercialización</b><br/><b>“Vender más y vender mejor”</b></p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Seleccionar los canales de distribución On line que brinden un acceso más rápido a los clientes</li> <li>•Alianzas con Operadores turísticos nacionales e internacionales.</li> <li>•Participación en Ferias de turismo nacionales e Internacionales.</li> </ul> |
| <p><b>Estrategia 4</b><br/><b>Publicidad y promoción</b><br/><b>“Que nos vean más”</b></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Lanzamiento de marca “Solentiname, Islas sagradas del arte”</li> <li>•Relaciones con medios de comunicación</li> <li>•Desarrollo de material promocional.</li> </ul>   |

**Estrategia 1.**





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



| <b>Inteligencia de mercado.<br/>“Saber más”</b> |   |   |                     |
|---|---|---|---------------------|
| <b>Descripción</b>                              | En esta estrategia se procura estudiar las tendencias del mercado en los diferentes tipos de turismo existentes.  |   |                     |
| <b>Objetivo:</b>                                | Dar seguimiento a los segmentos de mercados.  |   |                     |
| <b>Acciones:</b>                                | 1- Valorar la segmentación presente en este documento y continuar con los estudios de los segmentos de mercado para conocer las nuevas tendencias, así como las nuevas características del turista (gustos y exigencias). |   |                     |
|   | 2- Analizar e interpretar la información obtenida, para responder de forma adecuada a las necesidades del consumidor.   |   |                     |
| <b>Resultados esperados</b>                     | Actualización de la información de los mercados a través de nuevos estudios y conocimiento de las tendencias actuales del turismo.  |   |                     |
| <b>Esquema de ejecución</b>                     | <b>Tiempo de Ejecución</b>  | 2 meses<br>**Se recomienda la elaboración de este estrategia cada 5 años* |                     |
|   | <b>Plazos de ejecución</b>  | <b>Corto</b>  | <b>x</b>            |
|   |   | <b>Mediano</b>  |                     |
|   |   | <b>Largo</b>  |                     |
|   | <b>Prioridad</b>  | <b>Alta</b>   |                     |
|   | <b>Media</b>  |   |                     |
| <b>Agentes que intervienen</b>                  | Sector público y privado.   |   |                     |
| <b>Indicadores de ejecución</b>                 | -Documento que resuma las tendencias actuales del mercado internacional acorde a la oferta.<br>-Número de encuestas realizadas y tamaños muestrales para la elaboración del documento.                                    | <b>Beneficiarios</b>  | MIPYMES turísticas. |
| <b>Apoyo Institucional</b>                      | Delegación departamental “Rio San Juan” del Instituto Nicaragüense de Turismo.  |   |                     |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Estrategia 2.**

| <b>Diferenciación y diversificación del producto turístico.<br/>“Crear experiencias turísticas diferenciadoras”</b> |  |                      |                     |
|---|--|----------------------|---------------------|
| <b>Descripción</b>  | A través de la estrategia de “Diferenciación y diversificación del producto turístico se pretende crear una oferta de productos distinta de las ofertas de la competencia, que sea difícil de copiar y que ofrezca un mayor valor a los segmentos del mercado prioritarios.                            |                      |                     |
| <b>Objetivo:</b>  | Fomentar el aprovechamiento turístico de los recursos y atractivos del Archipiélago de Solentiname, mediante el desarrollo de productos turísticos orientado a proporcionar vivencias desde las emociones y los sentidos; diversificado y definiendo productos para todos los segmentos de referencia. |                      |                     |
| <b>Acciones:</b>  | 1- Desarrollar productos turísticos para los segmentos de mercados prioritarios.   |                      |                     |
| <b>Resultados esperados</b>   | Ser un destino turístico diferente, innovador y autentico. Capaz de atraer por medio de una oferta diversificada una demanda aun mayor que la actual.  |                      |                     |
| <b>Esquema de ejecución</b>   | <b>Tiempo de Ejecución</b>   | 2 meses              |                     |
|   | <b>Plazos de ejecución</b>   | <b>Corto</b>         | <b>X</b>            |
|   |  | <b>Mediano</b>       |                     |
|   |  | <b>Largo</b>         |                     |
|   | <b>Prioridad</b>   | <b>Alta</b>          | <b>X</b>            |
| <b>Media</b>  |  |                      |                     |
| <b>Agentes que intervienen</b>  | Sector público y privado   |                      |                     |
| <b>Indicadores de ejecución</b>   | -Evaluación de índice de satisfacción de los turistas por producto turísticos.   | <b>Beneficiarios</b> | MIPYMES turísticas. |
| <b>Apoyo Institucional</b>  | - Delegación departamental “Rio San Juan” del Instituto Nicaragüense de Turismo.<br>- Cámara Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.  |                      |                     |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



➤ **Elaboración del producto turístico final**

A continuación se presentan las propuestas de productos turísticos desarrollados y listos para una posible comercialización.

**a) Tour Especializado en aventurismo – Segmento de Mercado Eco turista.**



Solentiname es sin duda un buen escenario para disfrutar de la naturaleza. Se han registrado 111 especies de aves (20 migratorias), 9 mamíferos, 14 reptiles, 4 anfibios y al menos 16 especies de peces.

Un aspecto relevante y único en todo el sureste de Nicaragua y el norte de Costa Rica es La Isla Los pájaros, donde anidan cada año miles de aves de diferentes especies, muchas de ellas migratorias. En todo el archipiélago pero especialmente en esta isla, afortunadamente las aves no son tímidas y verlas es relativamente fácil y representa una experiencia maravillosa para aquellas personas que disfrutan de la realización del aviturismo.

“Solentiname, Edén de las aves” está dirigido tanto al ornitólogo científico, al amante y protector de las aves, al turista que simplemente quiere tener experiencias diferentes entre las que se pueden encontrar algunas relacionadas con la naturaleza, Al miembro de una ONG ambientalista sensibilizado con la conservación de la naturaleza o al estudiante que entre sus ámbitos de adquisición de conocimientos se encuentra la naturaleza y/o los hábitats naturales y/o las especies animales que lo pueblan.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**El Tour Incluye**

- 1 desayuno, 1 almuerzo, 1 refrigerio
- Guianza (Guía nativo especializado en observación de aves)
- Uso de Binoculares.
- Transporte
- 1 poster de aves
- Entradas

**¿Qué Traer?**

Repelente para insectos con un 35% de DEET, bloqueador solar, cantimplora, ropas ligera.

**No Incluye**

- Comidas y bebidas extras
- Gastos personales
- Propina (recomendado)
- Lo no especificado en el programa
- .....

➤ **Itinerario.**

|   |                           |   |
|---|---------------------------|---|
|  | <b>06:00am – 6:30am</b>   | Desayuno en Hospedaje Sueño Feliz                                 |
|   | <b>06:30am – 8:00am</b>   | Salida hacia el Mirador el peñón                                  |
|   | <b>08:00am -11:00am</b>   | Observación paisajística y avifauna desde el mirador, Refrigerio. |
|   | <b>11:30 am – 12:30am</b> | Almuerzo en Hospedaje El Koala.                                   |
|   | <b>12:30 pm –1:30pm</b>   | Recorrido por las isla los monos.                                 |
|   | <b>02:00 pm – 2:30pm</b>  | Visita a Cueva el Duende  |
|   | <b>02:30pm – 2:40pm</b>   | Salida hacia la isla Los Pájaros                                  |
|   | <b>02:40pm – 5:30pm</b>   | Observación de la avifauna en isla Los Pájaros.                   |
|   | <b>05:30 pm</b>           | Retorno a Isla San Fernando.                                      |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”, Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Estructuración de Costos.**

**Tour especializado en aviturismo  
Solentiname, Edén de las aves.**

**Forfait N°: 1**

| Detalle de los servicios          | Prestarios de los servicios | Tarifa | Costo          |                |                |
|-----------------------------------|-----------------------------|--------|----------------|----------------|----------------|
|                                   |                             |        | 2 personas     | 3 personas     | 4 personas     |
| Transporte                        | TranSol                     | \$60   | \$60           | \$60           | \$60           |
| Guia Especializado                | Guia                        | \$60   | \$30           | \$30           | \$30           |
| Comida                            | Desayuno                    | \$4    | \$8            | \$12           | \$16           |
|                                   | Refrigerio                  | \$2    | \$4            | \$6            | \$8            |
|                                   | Almuerzo                    | \$8    | \$16           | \$24           | \$32           |
| Alquiler de Binoculares           | --                          | \$2    | \$2            | \$3            | \$4            |
| Poster de aves                    | -                           | \$2    | \$2            | \$3            | \$4            |
| <b>Costos netos</b>               |                             |        | <b>\$122</b>   | <b>\$130</b>   | <b>\$154</b>   |
| <b>+Mark Up(20%)</b>              |                             |        | <b>\$24.40</b> | <b>\$27.6</b>  | <b>\$30.8</b>  |
| <b>Precio de venta al público</b> |                             |        | <b>\$146.4</b> | <b>\$157.6</b> | <b>\$184.8</b> |
|                                   | <b>Precio por persona</b>   |        | <b>\$74</b>    | <b>\$53</b>    | <b>\$47</b>    |

Nota: El precio por persona ha sido redondeado porque al momento de la comercialización es mejor utilizar cifras enteras.





## **b) Segmento de mercado: Turismo Rural “Tour Artesano por un día”**



**EL** Archipiélago de Solentiname cobija en su interior un inigualable patrimonio cultural. Artistas desarrollan productos llenos de vida, que imprimen las huellas de los antepasados y la belleza natural del sitio.

Este tour está dirigido a personas interesadas en aprender el quehacer artístico de la comunidad de artesanos y pintores de Solentiname.

El tour propone unas clases para aprender a trabajar las artesanías a base de madera de balsa para poder vivir la experiencia de ser un verdadero artesano y crear un objeto que se convertirá en el recuerdo de Solentiname una vez en casa.



También incluye la visita a la casa taller de los artistas para apreciar las creaciones de los lugareños, además de tener una charla sobre el proceso de elaboración de estas piezas de artesanías.

Realizar este tour es una invitación especial para encontrarnos con la cultura de Solentiname, comprendiendo la grandiosa diversidad de técnicas y de diseños empleados por los artesanos en sus propios lugares de trabajo.



**Una visita práctica adaptada a aquellos que quieran añadir a su viaje una experiencia única e inolvidable.**

Incluye: Refrigerio, Materiales para la elaboración de artesanía, instructor (Artesano). Nota informativa: si usted se encuentra en San Carlos y quiere realizar el tour **ARTESANO POR UN DÍA**, diariamente sale lanchas con un valor de \$10 dólares.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



| Itinerario     | Actividades  |
|----------------|--|
| 8:00 – 8:20 am | Recibimiento de los turistas en Casa Taller de los artistas.   |
| 8:20 – 9:00 am | Charlas sobre técnicas de elaboración y pintado de la artesanía.   |
| 9:00 – 9:30 am | Recorrido por las instalaciones del taller para la apreciación de las diferentes formas y colores de las artesanías. |
| 9:00 – 1:00 am | Proceso de tallado y pintura de artesanía con la asistencia de un artesano local.                                    |
| 1:00 – 1:30pm  | Almuerzo   |
| 1:30pm-2:00pm  | Valoración de las piezas elaboradas por los turistas.  |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname,  
Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”, Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Estructuración de Costos**

**Tour Artesano por un día  
Half Day**

**Forfait N°: 2**

| Detalle de los servicios          | Prestarios de los servicios | Tarifa | Costo         |               |             |
|-----------------------------------|-----------------------------|--------|---------------|---------------|-------------|
|                                   |                             |        | 2 personas    | 3 personas    | 4 personas  |
| Pago del Artesano                 | Artesano de la localidad    | \$10   | \$8           | \$8           | \$8         |
| Trozo de madera de balza          | Taller de artesanias        | \$1    | \$2           | \$3           | \$4         |
| Pintura                           | Taller de artesanias        | \$2    | \$4           | \$6           | \$8         |
| Almuerzo                          | -                           | \$5    | \$10          | \$15          | \$20        |
| <b>Costos netos</b>               |                             |        | <b>\$24</b>   | <b>\$32</b>   | <b>\$40</b> |
| <b>+Mark Up(20%)</b>              |                             |        | <b>\$4.8</b>  | <b>\$6.4</b>  | <b>\$8</b>  |
| <b>Precio de venta al público</b> |                             |        | <b>\$28.8</b> | <b>\$38.4</b> | <b>\$48</b> |
|                                   | <b>Precio por persona</b>   |        | <b>\$15</b>   | <b>\$13</b>   | <b>\$12</b> |

**Nota: El precio por persona ha sido redondeado porque al momento de la comercialización es mejor utilizar cifras enteras.**





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**c) “KiteSurfing Solentiname”.**

**Segmento de mercado: Turismo de Sol y Playa de baja densidad.**



El Archipiélago de Solentiname gracias a su ubicación en el lago Cocibolca propicia un excelente entorno para practicar deportes acuáticos, como Kayak, pesca deportiva, windsurf y kitesurfing.

“Kitesurfing Solentiname” está dirigido tanto al a los kiders y no-kiders, o bien a todo tipo de turista quiere tener experiencias diferentes entre las que se pueden encontrar algunas relacionadas con la aventura, con el giro kite se pretende ofrecer una experiencia inolvidable a los amantes de los deportes acuáticos.

 **INCLUYE**

- Transporte
- 2 almuerzos
- Cena
- Desayuno
- Guía
- Profesor de KiteSurf
- Entradas

 **NO INCLUYE**

- Comidas y bebidas extras
- Gastos personales
- Propina (recomendado)
- Lo no especificado en el programa

**Nota:** Este tour es realizable a mediano o largo plazo, ya que se requiere de la inversión para la adquisición de los equipos necesarios para la implementación de KiteSurf.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Itinerario**

**Actividades**

Día 1

08:00 – 09:00 am

Traslado puerto San Carlos – Solentiname (Isla San Fernando)

09:15 – 09:45 am

Recibimiento de los turistas en Hospedaje Celentiname

10:30 – 11:30 am

Disfrute de las bellas aguas de Solentiname (Natación)

12:00 – 1:00 pm

Almuerzo en Hotel Cabañas Paraíso

02:00 – 5:00 pm

Clases de KiteSurf

6:00 – 7:00 pm

Cena en Hotel Celentiname

Día 2

7:00 – 8:00 am

Desayuno en Celentiname

9:00 – 12:00 pm

Aventura ( Practica libre de KiteSurfing)

12:15 – 1:00 pm

Almuerzo en Hotel Cabañas Paraíso

2:15 – 3:30 pm

Kayak

4:00 – 5:00 pm

Retorno





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname,  
Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Estructuración de Costos.**

**KiteSurfing Solentiname.**

**Forfait N°: 1**

| Detalle de los servicios                      | Prestarios de los servicios | Tarifa | Costo          |                |                |
|---|-----------------------------|--------|----------------|----------------|----------------|
|   |                             |        | 2 personas     | 3 personas     | 4 personas     |
| Tranfer San Carlos – Solentiname – San Carlos | TranSol                     | \$20   | \$40           | \$60           | \$80           |
| Profesor de KiteSurf                          | -                           | \$20   | \$20           | \$20           | \$20           |
| Comida  | 1 Desayuno                  | \$4    | \$8            | \$12           | \$16           |
|   | 2 Almuerzo                  | \$10   | \$40           | \$60           | \$80           |
|   | 1 cena                      | \$5    | \$10           | \$15           | \$20           |
| Alquiler de Equipo para KiteSurf              | --                          | \$10   | \$20           | \$30           | \$40           |
| Alquiler de Kayak                             | -                           | \$2    | \$4            | \$6            | \$8            |
| <b>Costos netos</b>                           |                             |        | <b>\$142</b>   | <b>\$203</b>   | <b>\$264</b>   |
| <b>+Mark Up(20%)</b>                          |                             |        | <b>\$28.40</b> | <b>\$40.6</b>  | <b>\$52.8</b>  |
| <b>Precio de venta al público</b>             |                             |        | <b>\$170.4</b> | <b>\$243.6</b> | <b>\$316.8</b> |
|   | <b>Precio por persona</b>   |        | <b>\$86</b>    | <b>\$82</b>    | <b>\$80</b>    |

Nota: El precio por persona ha sido redondeado porque al momento de la comercialización es mejor utilizar cifras enteras.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**d) Solentiname Islas sagradas del arte.**

La visita a Solentiname ofrece a los turistas un vistazo dentro de la vida pre colombina y artística de Nicaragua. Numerosos tesoros arqueológicos han sido encontrados en las islas, incluyendo petroglifos y restos de cerámica que actualmente se exhiben en el Museo Ernesto Cardenal y Museo Solentiname e increíblemente aún falta mucho por descubrir.

Además del alto valor arqueológico, las islas son habitadas por artistas que con sus manos son capaz de elaborar las mejores artesanías y pinturas de la zona.

Este tour incita al turista a conocer los encantos que las islas sagradas del arte guardan para él.

**Recomendaciones:**

Se recomienda llevar para el viaje a Solentiname

- Ropa ligera y fresca por el clima de trópico húmedo
- Chaqueta o capote para la lluvia
- Zapatos para caminar y resistentes al agua
- Linterna o lámpara de mano
- Repelente para mosquitos
- Cámara fotográfica
- Binoculares
- Lentes y bloqueador para el Sol
- Traje de baño

Recuerde que estará viajando a parte de la reserva de Biosfera del sudeste de Nicaragua, por lo tanto se recomienda no contaminar las aguas, no tirar basura, no cazar animales, no realizar actividades que atenten contra la preservación y conservación de los ecosistemas, ni realizar expediciones sin guías locales autorizados por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) o guarda parques del Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales (MARENA).





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



### Itinerario

| Día 1    |  |
|----------|--|
| 08:00 am | Traslado San Carlos - Solentiname  |
| 10:00 am | Check In en hospedaje Sueño Feliz  |
| 10:45 am | Recorrido por la comunidad el padre: visita a Nuestra Iglesia de Solentiname, Monumento a Los Caídos y Museo Ernesto Cardenal. |
| 12:00 pm | Almuerzo en Hospedaje La Comunidad   |
| 01:00 pm | Chapuzón en las aguas del lago y uso de kayaks   |
| 02:00 pm | Aprender el quehacer artístico de la comunidad, elaborar una artesanía propia.   |
| 04:00 pm | Recorrido hacia isla Mancarroncito.  |
| 06:00 pm | Regreso a isla Mancarrón   |
| 07:00 pm | Cena en Hospedaje Sueño Feliz  |
| Día 2    |  |
| 08:00 am | Desayuno Típico.   |
| 08:30 am | Inicio del recorrido hacia isla San Fernando   |
| 09:00 am | Visita a la casa taller y museo de Solentiname MUSAS   |
| 10:30 am | Salida hacia Isla La Venada  |
| 10:45 am | Recorrido por las casas de los pintores para conocer su labor artística.   |
| 11:45 am | Visita a La Cueva El Duende  |
| 01:00 pm | Almuerzo en el Hotel Cabañas Paraíso.  |
| 02:00 pm | Regreso a San Carlos.  |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname,  
Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Estructuración de Costos**

**Tour Solentiname, Islas del Arte.**

**Forfait N°: 4**

| Detalle de los servicios                                       | Prestarios de los servicios            | Tarifa | Costo        |              |                |
|--|--|--------|--------------|--------------|----------------|
|  |  |        | 2 personas   | 3 personas   | 4 personas     |
| Transfer San Carlos - Solentiname<br>Solentiname – San Carlos. | TranSol                                | \$20   | \$40         | \$60         | \$80           |
| Transporte Interno para el recorrido por<br>las isla           | TranSol                                | \$80   | \$80         | \$80         | \$80           |
| Guia   | Guia                                   | \$30   | \$30         | \$30         | \$30           |
| Alojamiento  | Hospedaje Sueño Feliz                  | \$12   | \$24         | \$36         | \$40           |
| Comida   | Desayuno                               | \$4    | \$8          | \$12         | \$16           |
|  | 2 Almuerzo                             | \$10   | \$20         | \$30         | \$40           |
|  | Cena                                   | \$5    | \$10         | \$15         | \$20           |
| Tour Artesano por un día                                       | Artesano del hospedaje Sueño Feliz     | \$10   | \$20         | \$30         | \$40           |
| Kayak  | -                                      | \$2    | \$4          | \$6          | \$8            |
| Entradas   | Iglesia Nuestra Señoras de Solentiname | \$1    | \$2          | \$3          | \$4            |
|  | Museo Ernesto Cardenal                 | \$1    | \$2          | \$3          | \$4            |
|  | Museo del Archipiélago de Solentiname  | \$1    | \$2          | \$3          | \$4            |
| <b>Costos netos</b>  |  |        | <b>\$240</b> | <b>\$305</b> | <b>\$366</b>   |
| <b>+Mark Up(20%)</b>   |  |        | <b>\$48</b>  | <b>\$61</b>  | <b>\$73.2</b>  |
| <b>Precio de venta al público</b>                              |  |        | <b>\$288</b> | <b>\$366</b> | <b>\$439.2</b> |
|  | <b>Precio por persona</b>              |        | <b>\$144</b> | <b>\$122</b> | <b>\$110</b>   |

Nota: El precio por persona ha sido redondeado porque al momento de la comercialización es mejor utilizar cifras enteras.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Estrategia 3.**

| <b>Comercialización.<br/>“Vender más y vender mejor”</b> |  |                      |                     |
|--|--|----------------------|---------------------|
| <b>Descripción</b>                                       | El presente programa tiene como fin la optimización de los canales de distribución para lograr “Vender más y vender mejor”.  |                      |                     |
| <b>Objetivo:</b>   | Incrementar la comercialización turística del Archipiélago de Solentiname, mediante la optimización y mejora de los canales actuales, y el desarrollo de nuevas herramientas, especialmente las relacionadas con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC’s).                                    |                      |                     |
| <b>Acciones:</b>   | 1- Seleccionar los canales de distribución que brinden un acceso más rápido a los clientes, esto puede ser a través de los medios en línea como Vianica (Nicaragua) o el uso de las OTAs (Online Travel Agencies): Expedia, Priceline, Orbitz, Booking, Hotels.com y OneTravel, TripAdvisor, entre varias otras. |                      |                     |
|  | 2- Alianzas con Operadores turísticos nacionales e internacionales.  |                      |                     |
|  | 3- Participación en Ferias de turismo nacionales e Internacionales.  |                      |                     |
| <b>Resultados esperados</b>                              | Conseguir que el visitante este informado sobre los productos ofertados.   |                      |                     |
| <b>Esquema de ejecución</b>                              | <b>Tiempo de Ejecución</b>   | Permanente           |                     |
|  | <b>Plazos de ejecución</b>   | <b>Corto</b>         | <b>x</b>            |
|  |  | <b>Mediano</b>       |                     |
|  |  | <b>Largo</b>         |                     |
|  | <b>Prioridad</b>   | <b>Alta</b>          | <b>X</b>            |
| <b>Media</b>   |  |                      |                     |
| <b>Agentes que intervienen</b>                           | Sector público y privado   |                      |                     |
| <b>Indicadores de ejecución</b>                          | - Verificación Online de los prestadores de servicios en el uso de las OTA’s.  | <b>Beneficiarios</b> | MIPYMES turísticas. |
|  | - Contratos con TTOO   |                      |                     |
| <b>Apoyo Institucional</b>                               | Cámara Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana empresa Turística, CANATUR.   |                      |                     |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Estrategia 4.**

| <b>Publicidad y Promoción.<br/>“Que nos vean más”</b> |   |
|---|---|
| <b>Descripción</b>                                    | Mediante la implementación de esta estrategia se busca incrementar el consumo de los productos turísticos de Solentiname, a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda. |

|                                 |   |                      |                     |
|---------------------------------|---|----------------------|---------------------|
| <b>Objetivo:</b>                | Presentar el producto turístico a través de campañas publicitarias en medios impresos, masivos de comunicación, tecnológico (Internet) con la finalidad de incrementar el número de turistas que eligen Solentiname como destino a visitar. |                      |                     |
| <b>Acciones:</b>                | 1- Lanzamiento de marca “Solentiname, Islas sagradas del arte”  |                      |                     |
|                                 | 2- Relaciones con medios de comunicación  |                      |                     |
|                                 | 3- Desarrollo de Herramientas promocionales.  |                      |                     |
| <b>Resultados esperados</b>     | a- Posicionar la marca del destino en la demanda.<br>b- Aumentar el número de visitas al destino.<br>c- Evolución del turista que repite el destino.  |                      |                     |
| <b>Esquema de ejecución</b>     | <b>Tiempo de Ejecución</b>  | 5 meses              |                     |
|                                 | <b>Plazos de ejecución</b>  | <b>Corto</b>         | <b>x</b>            |
|                                 |   | <b>Mediano</b>       |                     |
|                                 |   | <b>Largo</b>         |                     |
|                                 | <b>Prioridad</b>  | <b>Alta</b>          | <b>X</b>            |
| <b>Media</b>                    |   |                      |                     |
| <b>Agentes que intervienen</b>  | Sector público y privado.   |                      |                     |
| <b>Indicadores de ejecución</b> | - Página Web, Facebook<br>- Material Promocional (catálogos de ventas, guía de turismo, Afiches, Broshures)   | <b>Beneficiarios</b> | MIPYMES turísticas. |
| <b>Apoyo Institucional</b>      | Delegación departamental “Rio San Juan” del Instituto Nicaragüense de Turismo.  |                      |                     |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



➤ **Desarrollo de las acciones de la estrategia # 4**

**- Acción 1**

**Propuesta de marca turística para Solentiname.**

Para la elaboración de una marca turística es importante realizar un recuento de las particularidades de cada destino, es por ello que para la construcción de la presente se tomaron en cuenta los elementos y atributos más representativos de Solentiname, con el fin de incorporar los distintivos del sitio, para conseguir que cuando se de conocer la marca el cliente o publico meta se sienta identificado con el mensaje visual que se ha diseñado.

**Lema:** *“Solentiname Islas Sagradas del arte”.*

**Argumento:** El lema muestra la principal características con las que Solentiname se identifica; **Sagradas del Arte:** porque solo en este sitio se encuentran las personas que detallan de forma autentica y original cada una de las artesanías y pinturas elaboran.



**Símbolos:** - **Forma:** Las formas utilizadas en la parte superior representan la posición geográfica de las islas que forman El Archipiélago de Solentiname.

- **Colores:** Estos fueron retomados por la inspiración del pincel artístico; El color verde hace un todo en representación al verdor y frescura de la abundante naturaleza.

Uno de los principales referentes es la Capilla “Nuestra Señora de Solentiname”, la cual deja en visto el colorido que la caracteriza desde su interior como exterior.

- **Letras:** hacen referencia al talento artístico de los artesanos que habitan en este lugar.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**e) Desarrollo de acción 2:**

**- Relaciones con medios de comunicación.**

Esta acción es de suma importancia porque se plantea con la finalidad de que Solentiname sea parte de los contenidos emitidos a través de TV, radio y/o prensa escrita, debido a la incidencia que tienen los medios en el público nacional e internacional.

**¿Cómo vamos a desarrollarla?**

- Elaborando noticias y enviándolas a los medios de comunicación.
- Realizar campañas publicitarias.
- Convocar a los medios cuando se den acontecimientos importantes en el sitio.
- Crear y/o pedir a un programa turístico de algún medio de comunicación la realización de un reportaje especial del destino (informativo y útil)

**f) Desarrollo de acción 3:**

**- Herramientas promocionales:**





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## Artesano por un día



**\*Tour por el día.**

- Alimentación.
- Visita casa taller.
- materiales de elaboración.



## Solentime Islas Sagradas del Arte

**\*2 dias, 1 noche**

- Transporte
- Alimentación
- Recorrido en Lancha
- Kayak
- Visitas museos





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## **VI. Conclusiones**

- En la realización del diagnóstico turístico se logró conocer la oferta turística que posee Solentiname, registrándose un total de 11 recursos en total de los cuales 5 son Naturales y 6 Histórico Culturales y 12 prestadores de servicios, en donde los miembros de la familia son los mismos partícipes en las actividades de los negocios.
- Las islas estudiadas cuentan con servicios turísticos para atender las necesidades de los turistas, pero no posee en totalidad la cobertura de servicios básicos
- Se conoció que los sitios no cuentan con productos turísticos estructurados que dinamicen la oferta turística del sitio.
- La estructuración de nuevos productos que incluyan los recursos presentados en este documento, permitirá el crecimiento de la demanda turística y por ende el desarrollo local.
- El plan de promoción y comercialización aportara al desarrollo de la actividad turística en las islas estudiadas.
- La implementación de las estrategias presentadas en el plan de promoción y comercialización darán pautas a seguir para el impulso del turismo en las islas.
- Este trabajo será gestionado por CANTUR con apoyo del Ministerio Economía Familiar, Cooperativa, Comunitaria y Asociativa (MEFFCA).





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## **VII. Recomendaciones.**

### ➤ **Población local:**

- Apoyar el desarrollo local de esta propuesta de productos turísticos.

### ➤ **Delegación departamental de turismo (INTUR – San Carlos):**

- Incluir las propuestas de productos turísticos presentadas en este documento en los circuitos turísticos que comprende el departamento de Rio San Juan.

### ➤ **CANTUR – Solentiname:**

- El diagnóstico turístico realizado en el presente documento debe ser actualizado para tener siempre información eficaz.
- Apoyar el desarrollo de las estrategias presentes en el plan de promoción y comercialización.
- Es importante que en la ejecución de los productos turísticos, se tenga presente la responsabilidad social, económica y ambiental.
- Realizar la certificación turística para los colaboradores de sector a través del Instituto Nacional Tecnológico, INATEC.

### ➤ **Alcaldía de San Carlos:**

- Trabajar en la gestión de los servicios básicos para ampliar la cobertura de estos y ofrecer un mejor servicio.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



### **VIII. Fuentes Consultadas**

- Ana Salazar, & Calos Pérez. (2009). Información sobre el turismo. 01 septiembre 2015, de Universidad de Oriente, Nueva Esparta Sitio web: <http://turismoinforma.blogspot.com/>
- Alexander Panosso, &GuilhermeLohmann. (2012). Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas. México: Trillas.
- Lic. Monge, R & Tenorio, L. Conceptos de turismo y turistas. Turismo Rural Comunitario, impresión Copyexpress, SF.
- Jafari Jafar (2000). Enciclopedia del turismo, editorial SÍNTESIS España
- Fundamentos del Marketing, de Stanton, Etzel y Walker, 13va. Edición, Mc Graw Hill, Pág. 167, 168.
- Esther Expósito Peláez. (2009). El turismo deportivo en espacios naturales. diciembre 2015, de Revista Digital Sitio web: <http://www.efdeportes.com/efd136/el-turismo-deportivo-en-espacios-naturales.htm>
- Francisco de la torre padilla . (1997). introducción al estudio del turismo . México: editorial continental, S,A .
- Organización Mundial del Turismo. (2011) Sostenible development of tourism. 10 noviembre 2015. Recuperado e:<http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>.
- Quintero Santos, (2008). Turismo y desarrollo local en México. El caso del municipio de Cabo Corrientes en Jalisco. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Universidad Complutense de Madrid.
- Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) Mayo 2013, Guía de Planificación Turística Estratégica Sostenible Municipal.
- Dean Romero. (2015). ¿Qué es un "Plan de Marketing" y cómo hacer uno?. 25 Octubre 2015, de Agencia de Inbound Marketing Sitio web:





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



<http://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>

- Ivan Thompson. (2005). Segmentación de Mercado. 02 de noviembre 2015, de PromoNegocios Sitio web:  
[www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm](http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm)
- Marco Centeno. (2009). Destinos Turísticos: Definición, funciones, agentes, componentes y estructura. 03 noviembre 2015, de PBwork Sitio web:  
[http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041344/1%20Destinos%20Tur%C3%ADsticos%](http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041344/1%20Destinos%20Tur%C3%ADsticos%20)
- Dirección General de Patrimonio Natural y Dirección Específica Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP). (2010). Plan de Manejo Monumento Nacional Archipiélago de Solentiname.
- Sandino Jaime. (2008). Archipiélago de Solentiname. diciembre 2015. Sitio web: <http://jaimesandinonic.blogspot.com/2008/09/archipilago-de-solentiname.html>
- Escritoresorg. (2013). Ernesto Cardenal. diciembre 2015, de escritoresorg Sitio web: <https://www.esritores.org/biografias/1841-cardenal-ernesto>.
- Global travel consulting. (2010). Benchmarking Turístico. Enero 2016, de global travel consulting Sitio web:  
<http://www.globaltravelconsulting.com/benchmarking-turistico/>.
- Ivan Lopez. (2008). Benchmarking y análisis de la competencia. Enero 2016, de competitividad turística Sitio web:  
<http://competitividadturistica.com/benchmarking-y-analisi-de-la-competencia/>
- William A Cohen . (2008). Plan de marketing. España: Ediciones Deusto
- Zamorano Casa, Francisco Manuel. (2007). Turismo Alternativo; servicios turísticos diferenciados: animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo recreativo. México: Editorial Trillas.





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



## **IX. ANEXOS**

### ➤ **Entrevistas**

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN-Managua.**

**Recinto Universitario Rubén Darío.**

**Facultad de Educación e Idioma.**

**Departamento de Francés.**

**Turismo Sostenible.**



### **Guía de Entrevista dirigida a la Alcaldía.**

**Objetivo:** Conocer los principales proyectos destinados al turismo, específicamente en la zona de Solentiname.

- 1- **¿Qué proyectos tiene la alcaldía para El Archipiélago de Solentiname?**
- 2- **En caso de ser la primera pregunta negativa. ¿Está interesada en realizar proyectos en el sitio?**
- 3- **¿Han realizado algún tipo de estudio en Solentiname por parte de la alcaldía?**
- 4- **¿Qué relación existe por parte de la alcaldía y la delegación del INTUR?**
- 5- **¿Cuál es la visión como institución para desarrollar en turismo?**
- 6- **¿Qué relación existe de parte de la alcaldía con sitios dirigidos desarrollar la actividad turística?**
- 7- **¿Cuáles son los puestos establecidos para desarrollar la actividad turística en la zona?**





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN-Managua.**

**Recinto Universitario Rubén Darío.**

**Facultad de Educación e Idioma.**

**Departamento de Francés.**

**Turismo Sostenible.**



**Guía de Entrevista dirigida a la delegación de INTUR.**

**Objetivo:** Indagar cuales son los aportes que ha desarrollado la delegación en la actividad turística.

- 1- ¿Cuál es la situación actual del desarrollo de la actividad turística en la zona?
- 2- ¿Posee un plan para desarrollar la actividad turística?
- 3- ¿Han impulsado proyectos vinculados a la actividad turística en el territorio?
- 4- ¿Conoce los tipos de turismo actuales y potenciales que se pueden desarrollar en las 4 principales islas del Archipiélago?
- 5- ¿Cuáles han sido las vinculaciones que han tenido con el INTUR central?
- 6- ¿Qué tipo de servicios ofertan en el municipio?
- 7- ¿Han desarrollado técnicas de promoción y comercialización en Solentiname?
- 8- ¿Tienen estudios sobre la demanda actual?
- 9- ¿Cuál es la situación actual de dicho sitio?





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN-Managua.**

**Recinto Universitario Rubén Darío.**

**Facultad de Educación e Idioma.**

**Departamento de Francés.**

**Turismo Sostenible.**



**Guía de Entrevista dirigida a Turistas.**

**Objetivo:** Conocer la opinión de los visitantes ubicados en San Carlos acerca del destino y así conocer los gustos, preferencias y exigencias de los turistas actuales y potenciales.

**Nacionalidad:** \_\_\_\_\_

**Sexo:** \_\_\_\_

- 1- ¿Le gustaría conocer Solentiname?
- 2- ¿Qué actividades turísticas le gustaría hacer en Solentiname?
- 3- ¿Qué cosas le gustaría ver?
- 4- ¿Qué cosas le gustaría aprender?
- 5- ¿Cuánto tiempo le gustaría pasar?
- 6- ¿Qué Islas le gustaría visitar?
- 7- ¿Por cuánto tiempo le gustaría visitar este lugar?
- 8- ¿Con cuántas personas suele visitarlo?





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN-Managua.**

**Recinto Universitario Rubén Darío.**

**Facultad de Educación e Idioma.**

**Departamento de Francés.**

**Turismo Sostenible.**



**Guía de Entrevista dirigida a Turistas.**

**Objetivo:** Conocer la opinión de los visitantes ubicados en Solentiname acerca del destino y así conocer los gustos, preferencias y exigencias de los turistas actuales y potenciales.

**Nacionalidad:** \_\_\_\_\_

**Sexo:** \_\_\_\_

- 1- ¿Qué le parece El Archipiélago de Solentiname?
- 2- ¿Qué es lo que más le gusta de este destino?
- 3- ¿Le gustaría regresar al sitio? ¿Por qué?
- 4- ¿Qué actividades turísticas le gustaría hacer en Solentiname?
- 5- ¿Qué cosas le gustaría ver?
- 6- ¿Qué cosas le gustaría aprender?
- 7- ¿Cuánto tiempo paso en Solentiname?
- 8- ¿Qué Islas ha visitado, además de esta?
- 9- ¿Qué le pareció su experiencia?
- 10- ¿Con cuántas personas suele visitarlo?





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN-Managua.**

**Recinto Universitario Rubén Darío.**

**Facultad de Educación e Idioma.**

**Departamento de Francés.**

**Turismo Sostenible.**



**Guía de Entrevista dirigida a pobladores.**

**Objetivo:** Conocer la opinión de los pobladores acerca de la actividad turística.

**Nacionalidad:** \_\_\_\_\_

**Sexo:** \_\_\_\_

- 1- ¿Conoce acerca de Turismo?
- 2- ¿Conoce sitios que estén vinculados a la actividad turística en esta localidad?
- 3- ¿Qué actividades turísticas le gustaría hacer en Solentiname?
- 4- ¿Qué cosas le gustaría ver?
- 5- ¿Considera que usted hace turismo en esta zona?
- 6- ¿Le gustaría involucrarse en la actividad turística?
- 7- ¿Cuál es el sitio turístico que más le gusta de su localidad?
- 8- ¿Cuáles son los atractivos turísticos que me puede recomendar?
- 9- ¿Cree usted que la actividad turística puede ayudar a mejorar la economía local?





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Río San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN-Managua.**

**Recinto Universitario Rubén Darío.**

**Facultad de Educación e Idioma.**

**Departamento de Francés.**

**Turismo Sostenible.**



**Guía de Entrevista dirigida al presidente de la cooperativa de artesanos.**

**Objetivo:** Conocer la opinión del presidente acerca de la actividad turística.

- 1- ¿Conoce acerca de Turismo?
- 2- ¿Conoce sitios que estén vinculados a la actividad turística en esta localidad?
- 3- ¿Qué actividades turísticas le gustaría hacer en Solentiname?
- 4- ¿Qué cosas le gustaría ver?
- 5- ¿Considera que usted hace turismo en esta zona?
- 6- ¿Le gustaría involucrarse en la actividad turística?
- 7- ¿Cuál es el sitio turístico que más le gusta de su localidad?
- 8- ¿Cuáles son los atractivos turísticos que me puede recomendar?
- 9- ¿Cree usted que la actividad turística puede ayudar a mejorar la economía local?
- 10- ¿Cuántas personas habitan en las islas Mancarrón y San Fernando?





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”, Octubre 2015 – Junio 2016.**



**HERRAMIENTA: Ficha de Caracterización de Recursos Turísticos**

|                     |  |                            |  |
|---------------------|--|----------------------------|--|
| <b>RESPONSABLE</b>  |  | <b>NOMBRE DEL RECURSO</b>  |  |
| <b>DEPARTAMENTO</b> |  | <b>FECHA</b>               |  |
| <b>MUNICIPIO</b>    |  | <b>UBICACIÓN/DIRECCIÓN</b> |  |

|  |                 |                   |                 |                   |                |                 |
|--|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|----------------|-----------------|
| <b>TIPO DE RECURSO</b>                 | <b>TANGIBLE</b> | <b>INTANGIBLE</b> | <b>TEMPORAL</b> | <b>PERMANENTE</b> | <b>NATURAL</b> | <b>CULTURAL</b> |
| <b>DESCRIPCIÓN GENERAL DEL RECURSO</b> |                 |                   |                 |                   |                |                 |

|                               |                           |                                     |                  |                     |                    |                   |
|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------------|------------------|---------------------|--------------------|-------------------|
| <b>VÍAS DE ACCESO</b>         | <b>PAVIMENTADA</b>        | <b>ADOQUINADA</b>                   | <b>DE TIERRA</b> | <b>BUEN ESTADO</b>  | <b>REGULAR</b>     | <b>MAL ESTADO</b> |
| <b>ACCESIBILIDAD</b>          | <b>TRANSPORTE PÚBLICO</b> | <b>SI HAY/ FRECUENCIA DE SALIDA</b> |                  | <b>DISTANCIA km</b> | <b>TIEMPO (hr)</b> |                   |
| <b>DESCRIPCIÓN DEL ACCESO</b> |                           |                                     |                  |                     |                    |                   |

|   |                |                  |                    |              |             |
|---|----------------|------------------|--------------------|--------------|-------------|
| <b>TIPO DE PROPIEDAD</b>                        | <b>PÚBLICA</b> | <b>MUNICIPAL</b> | <b>COMUNITARIA</b> | <b>MIXTA</b> | <b>OTRA</b> |
| <b>TIPO DE ADMINISTRACIÓN</b>                   | <b>PÚBLICA</b> | <b>MUNICIPAL</b> | <b>COMUNITARIA</b> | <b>MIXTA</b> | <b>OTRA</b> |
| <b>PROBLEMAS DE PROPIEDAD/ SI HAY DESCRIBIR</b> |                |                  |                    |              |             |

|                   |                        |                        |                        |                        |
|-------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| <b>JERARQUÍA</b>  | <b>JERARQUÍA No. 1</b> | <b>JERARQUÍA No. 2</b> | <b>JERARQUÍA No. 3</b> | <b>JERARQUÍA No. 4</b> |
| <b>JUSTIFICAR</b> |                        |                        |                        |                        |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”, Octubre 2015 – Junio 2016.**



| SEÑALIZACIÓN DEL RECURSO | INTERNACIONAL | NACIONAL | MUNICIPAL | URBANA | RURAL       | PRIVADA | TURÍSTICA    | OTRA |
|--------------------------|---------------|----------|-----------|--------|-------------|---------|--------------|------|
|                          | EXCELENTE     | BUENA    | REGULAR   | MALA   | INEXISTENTE | VISIBLE | POCO VISIBLE |      |
| OBSERVACIONES GENERALES  |               |          |           |        |             |         |              |      |
|                          |               |          |           |        |             |         |              |      |

| SERVICIOS BÁSICOS | CARACTERÍSTICAS GENERALES |               |                  |                   | ESTADO DEL SERVICIO  |         |       |       |
|-------------------|---------------------------|---------------|------------------|-------------------|----------------------|---------|-------|-------|
| SERVICIO DEL AGUA | POTABLE                   | POZO PRIVADO  | POZO COMUNITARIO | OTRO MEDIO        | BUENO                | REGULAR | MALO  | PEND. |
| AGUAS NEGRAS      | RED PÚBLICA               | SUMIDERO      | PILA SÉPTICA     | LETRINA ECOLÓGICA | LETRINA CONVENCIONAL | OTRA    | PEND. |       |
| ELECTRICIDAD      | RED PÚBLICA               | PANEL SOLAR   | PLANTA ELECTRICA | OTRO MEDIO        | BUENO                | REGULAR | MALO  | PEND. |
| COMUNICACIÓN      | RED PÚBLICA               | CELULAR CLARO | CELULAR MOVISTAR | OTRO SERVICIO     | BUENA                | REGULAR | MALA  | PEND. |
| CABLE TV          | LOCAL                     | DEPART.       | ANTENA CLARO     | OTRO MEDIO        | BUENO                | REGULAR | MALO  | PEND. |
| INTERNET          | CYBER                     | PRIVADO       | INSTITUCIONAL    | OTRO MEDIO        | BUENO                | REGULAR | MALO  | PEND. |
| OBSERVACIONES     |                           |               |                  |                   |                      |         |       |       |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”, Octubre 2015 – Junio 2016.**



| EQUIPAMIENTO URBANO GENERAL |                  |                     |                        |                  |                     |                    |
|-----------------------------|------------------|---------------------|------------------------|------------------|---------------------|--------------------|
| HOSPITALES                  | CENTROS DE SALUD | POLICIA NACIONAL    | TERMINAL DE TRANSPORTE | BANCOS           | CAJEROS AUTOMÁTICOS | GASOLINERA         |
| BOMBEROS                    | MERCADOS         | CENTROS COMERCIALES | CINES                  | PARQUES / PLAZAS | CENTROS DEPORTIVOS  | BASURERO MUNICIPAL |
| OTRO EQUIPAMIENTO URBANO    |                  |                     |                        |                  |                     |                    |
| OBSERVACIONES GENERALES     |                  |                     |                        |                  |                     |                    |

| EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS TURÍSTICOS |                |                     |          |                |                    |                        |
|-------------------------------------|----------------|---------------------|----------|----------------|--------------------|------------------------|
| ALOJAMIENTOS                        | HOTELES        | HOSPEDAJES          | HOSTALES | MOTELES        | POSADAS            | ALBERGUES COMUNITARIOS |
| RESTAURACIÓN                        | RESTAURANTES   | CAFETERÍAS          |          | COMIDERÍAS     | FRITANGAS          | BARES                  |
| SERVICIOS                           | TOUR OPERADORA | EMPRESAS TURÍSTICAS |          | GUÍA TURÍSTICO | TRANSPORTE PÚBLICO |                        |
| OBSERVACIONES GENERALES             |                |                     |          |                |                    |                        |

| COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA |                |                     |                |                    |       |      |
|----------------------------|----------------|---------------------|----------------|--------------------|-------|------|
| DIGITAL                    | PÁG. WEB       | E-MAIL              | OTROS          |                    |       |      |
| IMPRESO                    | BROCHURES      | GUÍA TURÍSTICA      | VOLANTE        | OTROS              |       |      |
| SERVICIOS                  | TOUR OPERADORA | EMPRESAS TURÍSTICAS | GUÍA TURÍSTICO | TRANSPORTE PÚBLICO |       |      |
| DEMANDA                    | ATEMPORAL      | TEMPORAL            | ESPORÁDICA     | ALTA               | MEDIA | BAJA |
| OBSERVACIONES GENERALES    |                |                     |                |                    |       |      |





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**HERRAMIENTA:**

**Cuestionario dirigido a establecimientos turísticos en operación**

*Información correspondiente al establecimiento:*

|  |                         |  |
|--|-------------------------|--|
| (1) <b>Número de Cuestionario:</b><br>(No se registran datos de las empresas: <b>No.</b> ) | (2) <b>Responsables</b> |  |
|  | (3) <b>Fecha</b>        |  |

|                                     |                     |  |                             |  |                    |  |                        |  |
|-------------------------------------|---------------------|--|-----------------------------|--|--------------------|--|------------------------|--|
| (4) <b>Tipo de Establecimiento:</b> | <b>Alojamiento:</b> |  | <b>Alimentos y Bebidas:</b> |  | <b>Transporte:</b> |  | <b>Tours Operador:</b> |  |
| (5) <b>Capacidad:</b>               | <b>Plazas:</b>      |  | <b>Mesas</b>                |  | <b>Plazas:</b>     |  | <b>Plazas:</b>         |  |

| (6) <b>Conteo rápido del libros de registro</b> |        |           |            |                   |         |        |       |      |         |
|---|--------|-----------|------------|-------------------|---------|--------|-------|------|---------|
|   | Total: | Nicaragua | Americanos | Centro Americanos | Europa: | Otros: | Edad: | Sexo | Noches: |
| (7) <b>Mes en curso</b>                         |        |           |            |                   |         |        |       |      |         |
| (8) <b>Mes Pasado</b>                           |        |           |            |                   |         |        |       |      |         |
| (9) <b>Mes antepasado</b>                       |        |           |            |                   |         |        |       |      |         |

|                             |      |      |      |      |      |      |      |      |       |      |      |      |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|
|                             | Ene. | Feb. | Mar. | Abr. | Mayo | Jun. | Jul. | Ago. | Sept. | Oct. | Nov. | Dic. |
| (10) <b>Mejores meses</b>   |      |      |      |      |      |      |      |      |       |      |      |      |
| (11) <b>Meses Regulares</b> |      |      |      |      |      |      |      |      |       |      |      |      |
| (12) <b>Peores Meses</b>    |      |      |      |      |      |      |      |      |       |      |      |      |

|                                  |           |            |            |            |            |         |
|----------------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|---------|
| (13) <b>Viajan en grupos de:</b> | 1 Persona | 2 Personas | 3 personas | 4 Personas | 5 Personas | 6 o más |
|----------------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|---------|

|                          |                 |                  |                    |                 |
|--------------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------------|
| (14) <b>Como viajan:</b> | Vehículo propio | Vehículo rentado | Transporte público | Tours operadora |
|--------------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------------|

| (15) <b>Frecuentemente preguntan por:</b> Valorar de 1 a 3 según la importancia |                 |              |                           |                   |  |
|---|-----------------|--------------|---------------------------|-------------------|--|
| Ninguna   | Fotocopias      | Bares        | Arrendadoras de vehículos | Artesanías        |  |
| Internet  | Discotecas      | Alimentación | Paquetes turísticos       | Horarios de buses |  |
| Por Mapas   | Descuentos      | Personas     | Fiestas patronales        | Cambio de moneda  |  |
| Bancos  | Guía telefónica | Museos       | Supermercado              | Guías turísticos  |  |

| (16) <b>Qua actividades hacen con frecuencia:</b> Valorar de 1 a 3 según la importancia |                    |           |                       |                       |  |
|---|--------------------|-----------|-----------------------|-----------------------|--|
| Ninguna   | Visitas familiares | Reuniones | Paseos por la ciudad  | Ferias                |  |
| Eventos   | Congresos          | Cacería   | Actividades nocturnas | Acciones humanitarias |  |
| Sol y Playa   | Pesca              | Compras   | Entrega de mercadería | Paseos por el campo   |  |

|                                  |                |                |          |       |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------|-------|
| (17) <b>Hacen reservaciones:</b> | Todo el tiempo | Con frecuencia | Muy Poco | Nunca |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------|-------|

|   |          |          |        |        |                |
|---|----------|----------|--------|--------|----------------|
| (18) <b>Cuánto tiempo se requiere para hacer las reservaciones:</b> | 2 Semana | 1 semana | 3 días | 1 días | No se requiere |
|---|----------|----------|--------|--------|----------------|

|   |  |
|---|--|
| (19) <b>Cuál es la queja más frecuente:</b> |  |
|---|--|



**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



**Ficha Caracterización de la Demanda**

1.1. Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa.

1. Sí : \_\_\_\_\_

2. No : \_\_\_\_\_

1.2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado)

\_\_\_\_\_ VISITANTES DE LUNES A VIERNES

\_\_\_\_\_ VISITANTES LOS DÍAS SÁBADOS

\_\_\_\_\_ VISITANTES LOS DÍAS DOMINGOS

\_\_\_\_\_ VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

1.3. Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)

2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)

3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)

4. INEXISTENTE

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |

1.4. Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes clave).

1. INDEPENDIENTE

2. ORGANIZADO (PAQUETES, “TOURS”)

|  |
|--|
|  |
|  |

1.5. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X)

A) CON RESPECTO AL ORIGEN

1. INTERNACIONAL

2. NACIONAL

3. REGIONAL

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

A) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADÍA

1. TURISTAS

2. EXCURSIONISTAS

|  |
|--|
|  |
|  |

1.6. El gasto promedio diario de los visitantes es: (escriba la respuesta en dólares)

**USD**

1. TURISTAS

2. EXCURSIONISTAS

|  |
|--|
|  |
|  |

1.7. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria, del gabinete o a través de encuestas a los visitantes).

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_





**“Propuesta de Productos Turísticos para seis islas que integra el Archipiélago de Solentiname, Municipio de San Carlos - Departamento de Rio San Juan”,  
Octubre 2015 – Junio 2016.**



3. \_\_\_\_\_

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

TIPO DE SERVICIO

- 1. ALOJAMIENTO
- 2. RESTAURANTES
- 3. KIOSCOS DE COMIDA
- 4. BARES
- 5. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL
- 6. NINGUNO
- 7. OTRO \_\_\_\_\_

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |





**Equipo monográfico**