



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

**Estrategia de Marketing para la promoción de artesanía en el municipio de
Mozonte departamento de Nueva Segovia en periodo 2018-2019**

Trabajo de seminario de graduación para optar

Al grado de

Licenciado en Turismo Sostenible

Autores:

Moran Moreno Leticia Elisanyela Carnet:1405-5627

Ramos Betancourth Kenia Leticia Carnet:1405-8256

Rojas Valenzuela Danny Marisela Carnet:1105-4945

Tutora:

MSc. Mariela Gutiérrez Hernández

Estelí, 06 de Mayo del 2019



Dedicatoria

A Dios

Dedicamos primeramente a Dios por la sabiduría, la vida, salud y el conocimiento, el permitirnos alcanzar nuestras metas.

A Nuestros Padres

Por su apoyo incondicional a lo largo de estos cinco años de carrera, velando por nuestro bienestar y educación, a nuestras familias y personas que estuvieron acompañándonos durante este proceso.

A mi hija

Que ha sido parte fundamental para mi preparación profesional y crecer como persona.

Agradecimiento

Agradecemos a los artesanos y artesanas del municipio de Mozonte, por su colaboración a lo largo del proceso de investigación.

A los funcionarios de la municipalidad por su disposición y brindarnos la información necesaria, para llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos planteados en este trabajo.

A Msc. Mariela Gutiérrez, por su disposición y colaboración en el proceso de realización de este trabajo.

A Msc. Manuel Rivas Chavarría por su disposición y colaboración en los aspectos técnicos del trabajo.

Ing. Lennin Navarrete por su colaboración en la realización del spot publicitario.

A las generaciones que en el futuro deseen retomar este trabajo, como referencia para próximos proyectos relacionados con la artesanía.

CARTA AVAL

A través de la presente hago constar que: **Danny Marisela Rojas Valenzuela, Kenia Leticia Ramos Betancourth y Leticia Elisanyela Moran Moreno**, estudiantes de la Licenciatura en turismo sostenible han finalizado su trabajo investigativo en el tema **“Estrategia de Marketing para la promoción de artesanía en el municipio de Mozonte departamento de Nueva Segovia en periodo 2018-2019”**

Este trabajo fue apoyado metodológicamente y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como sus respectivas conclusiones. Después de revisar la coherencia, contenido y la incorporación de las observaciones brindadas por la docente metodóloga y consultas realizadas a especialistas en el tema, considero que el mismo hace una aportación significativa al conocimiento y da aportes relevantes.

También, la literatura científica relacionada con el tema indicado evidencia que ocupa un lugar importante entre los desarrollos recientes en proceso de licenciatura en la facultad.

Por consiguiente, valoro que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa y, por lo tanto, está listo para ser entregado ante la institución rectora.

Dado en la ciudad de Estelí a los 22 días del mes de abril del 2019.

Atentamente.

M.Sc. Mariela Gutiérrez H

Tutora de tesis

Resumen

El municipio de Mozonte se caracteriza por elaborar una de las mejores artesanías del norte de Nicaragua, ya que por ser un pueblo indígena que aún conserva sus costumbres y tradiciones, cabe señalar que comerciantes del occidente visitan el municipio para comprar piezas artesanales para luego comercializarlas, siendo esto un aporte económico a las familias de Mozonte. Se eligió este tema: Estrategias de Marketing para la promoción de la artesanía en el municipio de Mozonte, partiendo de una necesidad de los artesanos, debido a que no cuentan con una promoción adecuada, que les permita dar a conocer sus productos a nivel nacional. El objetivo de la investigación consistió en Analizar las Estrategias de Marketing para la Promoción de Artesanía en el municipio de Mozonte, departamento de Nueva Segovia. Para ello, se realizó una caracterización del sector turístico y se determinaron los medios y canales de promoción que utilizan los artesanos y la municipalidad, con los resultados obtenidos se realizó un FODA, el cual sirvió como insumo para la propuesta de estrategias. Metodológicamente aborda la perspectiva desde un enfoque cualitativo, no probabilístico, es de corte transversal, se utilizaron instrumentos para la recolección de datos, la población seleccionada: los artesanos, funcionarios de la alcaldía y ciudadanos. Durante nuestra investigación de campo encontramos que en el municipio, no se utilizan tecnologías actuales que sirvan para promocionar la artesanía como un producto turístico, con la propuesta de Marketing se pretende que los artesanos utilicen las estrategias para promocionar la artesanía y de esta manera lograr posicionarse turísticamente a nivel nacional.

Palabras claves: Turismo, Artesanía, Estrategia de Marketing.

Tabla de contenido

| | | |
|--------|--|----|
| I. | Introducción..... | 1 |
| 1.1. | Antecedentes | 3 |
| 1.2. | Justificación..... | 4 |
| 1.3. | Planteamiento del problema..... | 5 |
| 1.4. | Formulación del problema..... | 5 |
| II. | Objetivos de Investigación..... | 6 |
| 2.1. | Objetivo General | 6 |
| 2.2. | Objetivos Especificos | 6 |
| III. | Marco Teórico..... | 7 |
| 3.1. | Generalidades del turismo. | 7 |
| 3.2. | Origen de Turismo..... | 7 |
| 3.3. | Tipos de turismo..... | 8 |
| 3.3.1. | Turismo de sol y playa (tradicional) | 8 |
| 3.3.2. | Turismo de Reuniones..... | 8 |
| 3.3.3. | Turismo de Naturaleza | 9 |
| 3.3.4. | El ecoturismo | 9 |
| 3.3.5. | El turismo de aventura..... | 9 |
| 3.3.6. | Turismo rural..... | 9 |
| 3.3.7. | Turismo de salud | 9 |
| 3.3.8. | Turismo cultural | 9 |
| 3.4. | Marketing. | 10 |
| 3.4.1. | Marketing Turístico. | 10 |
| 3.4.2. | Marketing de Productos..... | 10 |
| 3.4.3. | Medios de promoción y publicidad..... | 11 |
| 3.4.4. | Medios tradicionales de Marketing | 12 |
| 3.4.5. | Medios Publicitarios Alternativas | 12 |
| 3.4.6. | Las cuatro “P” del Marketing..... | 14 |
| 3.5. | Artesanía..... | 14 |
| 3.5.1. | Historia de la artesanía..... | 14 |
| 3.5.2. | Riqueza artesanal de Nicaragua..... | 15 |

| | |
|--|----|
| 3.5.3. Tipos de artesanía | 17 |
| IV. Diseño metodológico..... | 21 |
| 4.1. Enfoque de investigación | 21 |
| 4.2. Según su cobertura temporal-espacial..... | 22 |
| 4.3. Población y Muestra..... | 22 |
| 4.4. Procedimiento para la recolección y análisis de datos..... | 23 |
| 4.5. Encuesta | 23 |
| 4.6. Entrevista | 24 |
| 4.7. Trabajo de campo por etapas | 24 |
| 4.7.1. Determinar la Problemática..... | 24 |
| 4.7.2. Herramientas o técnicas adecuadas | 25 |
| 4.7.3. Visita de campo para aplicación de Instrumentos | 25 |
| 4.7.4. Análisis de los datos..... | 25 |
| V. Análisis y discusión de resultados..... | 29 |
| 5.1. Resultado 1 | 29 |
| 5.2. Caracterización del municipio de Mozonte..... | 29 |
| 5.3. Atractivos turísticos del municipio de Mozonte..... | 30 |
| 5.4. Estado actual del municipio de Mozonte | 32 |
| 5.5. Características de la artesanía del municipio Mozonte | 32 |
| 5.6. Importancia de la artesanía del Municipio de Mozonte | 33 |
| 5.7. Proceso de la elaboración de la artesanía del municipio de Mozonte..... | 33 |
| 5.8. Resultado 2 | 35 |
| 5.9. Resultado 3..... | 41 |
| 5.10. Propuesta..... | 42 |
| 1.1. Objetivo de la Propuesta..... | 42 |
| 5.11. FODA | 43 |
| 5.12. Diseño de estrategias: Implementación de Sitios Web en redes sociales | 44 |
| 5.12.1. Creación de un perfil en Facebook..... | 44 |
| 5.12.2. Creación de un perfil en Instagram | 45 |
| 5.12.3. Elaboración de Spot publicitario | 45 |
| 5.12.4. Elaboración de un Banners | 46 |
| 5.12.5. Diseño de Brochure..... | 46 |
| 5.12.6. Circuito del Municipio de Mozonte | 47 |
| VI. Conclusiones..... | 49 |
| VII. Recomendaciones..... | 50 |
| VIII. Bibliografía..... | 51 |
| IX Anexos..... | 53 |

I. Introducción

Nicaragua es un país con variada cultura y gastronomía, bailes, historia y posee una gran riqueza natural. La artesanía es parte de nuestra identidad como nicaraguenses, en diferentes partes de nuestro país se elaboran piezas artesanales cada una con aspectos representativos de su localidad que los identifica.

El municipio de Mozonte se caracteriza por ser un pueblo de indígenas y artesanos, su mayor rubro es la artesanía y la agricultura, en diferentes puntos sobre la carretera panamericana se encuentran los talleres de artesanía en barro o arcilla y aledaños a esta los talleres de Acicula de pino, que ofrecen a los clientes variedad de piezas a precios favorables.

Este trabajo tiene como principal objetivo Analizar las Estrategias de Marketing para la Promoción de Artesanía en el municipio de Mozonte, departamento de Nueva Segovia.

Una vez conocida la realidad, se logra establecer una propuesta de marketing que le brinde a los artesanos del municipio, la oportunidad de promover su piezas artesanales para mejorar sus ingresos y cambiar sus condiciones de vida.

Este trabajo sigue las normas técnicas de la investigación científica cuya estructura es la siguiente:

Capitulo I: Ha permitido abordar de manera clara el problema de investigación y el análisis de sus características, como el planteneamiento del problema, la formulación del problema, justificación y objetivos estos últimos claves para alcanzar con lo que se plantea en la investigación.

Capitulo II: Abarca toda la información necesaria del tema , dentro del marco teórico se ha podido recopilar documentos referentes a Marketing, Turismo y Artesanía.

Capítulo III: Se presenta la metodología de la investigación que indica el tipo de investigación, métodos, técnicas e instrumentos aplicados. De igual manera se indica la población y muestra en la que se desarrolla la investigación.

Capítulo IV: Contiene el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la investigación donde se describe y comprueba la realidad del problema planteado.

Capítulo V: Comprende conclusiones y recomendaciones que se derivan de los resultados obtenidos y de los objetivos planteados. Se presenta el diseño de la propuesta de marketing con los objetivos y el desarrollo de la misma.

Finalmente se encuentran los anexos que comprenden el cuadro de operacionalización de variables técnica que nos ayudo a operativizar los objetivos y la construcción de instrumentos aplicados, así mismo encontraras fotografías de la propuesta de la estrategia de Marketing.

1.1. Antecedentes

El departamento de Nueva Segovia, ubicado en una región montañosa del norte de Nicaragua cuenta con una rica historia de los tiempos precolombinos, época en que fue habitada por tribus de diferentes procedencias.

La cabecera departamental es la ciudad de Ocotol y está organizado políticamente en 12 municipios entre ellos Mozonte pueblo que cuenta con montes cubiertos espesos pinares centenarios y altísimos árboles que forma gigantescas grutas naturales de vegetación y de parajes de rocas vivas, por los que se precipita ríos, hondonadas y desfiladeros. (EcuRed)

Aunque la artesanía es su principal motivo de visita se pretende darle otra perspectiva como conocer su cultura indígena rescatarla y que sea posicionado por tener más recursos como: sus cerros donde se aprecian vistas escénicas del municipio así también como de la ciudad de Ocotol.

Para esta investigación se realizó un estudio previo en el segundo semestre del 2017 en la asignatura de Marketing Turístico por lo que se decidió continuar con dicha investigación, ya que parte de una necesidad de los artesanos del municipio de Mozonte.

De igual manera se consultó el Plan de Marketing Turístico de Nicaragua, Manual de Marketing de Destinos y una Tesis con el tema: **Situación actual de la actividad artesanal de la totora, su producción y difusión en el sector San Miguel de Perú,** para podernos guiar en el transcurso de la investigación, con la finalidad de darle salida a los objetivos planteados en la presente.

1.2. Justificación

El tema de investigación “Propuesta de estrategias de marketing para la promoción de las artesanías del Municipio de Mozonte”, es de mucha importancia, ya que permitirá hacer un análisis interno y externo sobre el estado actual de las estrategias de promoción utilizadas en el municipio de Mozonte.

Esto permitirá valorar la incidencia e impacto, que tienen para el desarrollo socioeconómico y crear nuevas estrategias que permitan posicionarlo turísticamente al municipio.

Esta investigación nos permitirá fomentar una nueva alternativa turística como es conocer y poder elaborar una pieza artesanal en los diferentes talleres que existen en Mozonte.

A demás de que se crearan diferentes estrategias de Marketing que permitan promocionar la artesanía y atractivos turísticos, de esta forma mejorar la economía del municipio

Esta investigación beneficiará al municipio de Mozonte, a los propietarios de los talleres de artesanía, a las familias de los artesanos, a la Alcaldía del municipio y las futuras generaciones para realización de trabajos acerca de la Artesanía.

Cabe señalar que este trabajo es parte del último proceso, como preparación para optar al Título de Lic. Turismo Sostenible, durante el periodo comprendido 2018-2019.

1.3. Planteamiento del problema

El municipio de Mozonte departamento de Nueva Segovia se caracteriza por realizar una de las mejores artesanías del norte de Nicaragua, elaborada a base de arcilla o barro.

Es considerado un pueblo indígena lleno de costumbres y tradiciones, además de poseer la belleza paisajística y armónica que impresiona al visitante haciéndolo sentir diferente.

Con respecto a la actividad artesanal del municipio se evidencia una afectación al comercio ya que los artesanos dependen directamente de ella y actualmente se puede decir que no se encuentra en condiciones óptimas y su producción es deficiente.

Una de las causas de este problema es la falta de promoción al comercio artesanal por parte de la municipalidad, autoridades competentes y artesanos lo que ha ocasionado que la mayor parte de la población se dedique a la agricultura olvidando la elaboración de artesanía.

Otra causa de este problema es la falta de una estrategia de integración por parte de la municipalidad que incentive y promueva ésta actividad a las nuevas generaciones para la preservación de la cultura del municipio.

Se vive en un mundo globalizado donde muchos se apropian de culturas extranjeras dejando a un lado la identidad de los pueblos del país.

1.4. Formulación del problema.

¿Cuál es el impacto que tendrá las estrategias de Marketing para la promoción de la artesanía en el municipio de Mozonte?

II. Objetivos de Investigación

2.1. Objetivo General

Analizar las Estrategias de Marketing para la Promoción de Artesanía en el municipio de Mozonte, departamento de Nueva Segovia periodo 2018-2019

2.2. Objetivos Especificos

- Caracterización del municipio de Mozonte, departamento de Nueva Segovia.
- Determinar las estrategias y canales de promoción que utilizan los artesanos en el municipio de Mozonte, departamento de Nueva Segovia.
- Diseñar estrategias de Promoción turística para las artesanías del Municipio de Mozonte, Departamento de Nueva Segovia.

III. Marco Teórico

El desarrollo teórico lógicamente permite la interpretación de resultados y finalmente, la formulación de conclusiones. Es la fase intermedia en la realización de la tesis y debe estudiarse de manera diligente y minuciosa. Las prisas en esta etapa invalidarán nuestro trabajo, pues la teoría es la que permite establecer criterios y puntos de vistas para luego hacer uso de una determinada metodología.

La teoría constituye la base donde se sustentará cualquier análisis, experimento o propuesta de desarrollo de un trabajo de grado. Incluso de cualquier escrito de corte académico y científico.

3.1. Generalidades del turismo.

Según la OMT «El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros». (OMT, 2014)

3.2. Origen de Turismo.

Efectivamente, desde los orígenes del hombre, éste se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes emplazamientos por distintas razones: caza, religión, comercio, guerras, ocio, etc. Así, los romanos viajaban a sus villas de verano para descansar y escapar del bullicio de las ciudades. En la época de la Ilustración, las clases acomodadas realizaban viajes por motivos culturales conocidos con el nombre de Grand Tour. Sin embargo, no ha sido hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo surge como un fenómeno de masas.

En los años cincuenta, el viaje internacional se fue haciendo cada vez más accesible a un porcentaje mayor de la población debido a diferentes factores, como por ejemplo, la aparición del avión de pasaje a reacción al término de la

Segunda Guerra Mundial, el bajo precio del petróleo, la mayor renta disponible de las familias, la aparición de vacaciones pagadas y el aumento del tiempo libre del que dispone la población en los países industrializados. El desarrollo de las comunicaciones y de los medios de transporte fue otro factor determinante que amplió enormemente las posibilidades de llegar a nuevas y más lejanas regiones de acogida o destino turístico. (OMT)

3.3. Tipos de turismo.

3.3.1. Turismo de sol y playa (tradicional)

Es la máxima expresión del turismo de masas, ya que las playas en los diferentes destinos turísticos, son las más visitadas por los turistas. Consiste primordialmente en pasar unos días de esparcimiento en un destino de costa, naturalmente con playa y mar, mismo que debe contar con espacios públicos destinados a esta actividad. Lo más común es que el turista se hospede en hoteles de lujo y adquiera paquetes “todo incluido” que les permite tener las menos preocupaciones posibles.

3.3.2. Turismo de Reuniones

Consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines lucrativos. Normalmente son empresas las que envían a sus trabajadores a juntas, conferencias, reuniones o exposiciones; estos van con los gastos pagados y en cierta manera están recibiendo un sueldo por este viaje.

Las condiciones del destino visitado son más enfocadas a satisfacer las necesidades de un viajero que demanda los mejores servicios posibles, las que van desde conjuntos de exposiciones, salones de eventos, buenas vías de comunicación, entre otros.

3.3.3. Turismo de Naturaleza

Busca delimitar a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estar en contacto con la naturaleza. Principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural.

Este tipo de turismo tiene 3 grandes derivaciones:

3.3.4. El ecoturismo

Se desarrolla en áreas naturales y que tiene como fin la apreciación y conocimiento de la naturaleza

3.3.5. El turismo de aventura

Tiene como principal motivo, realizar actividades recreativas que representen un esfuerzo emocional y físico

3.3.6. Turismo rural

Se busca la convivencia e interacción con la gente propia del lugar, conociendo su cultura y formas de vida.

3.3.7. Turismo de salud

Incluye al turismo médico y al turismo de bienestar. Es un fenómeno que se lleva a cabo cuando la gente viaja para buscar tratamientos que le permitan mejorar sus condiciones de vida, estos pueden ser, médicos que realicen algún tipo de cirugía, clínicas de rehabilitación o espacios para ayudar a su salud. Algunas de las razones para este tipo de viajes son por la calidad o lo económico de los servicios fuera de su lugar de residencia.

3.3.8. Turismo cultural

Dentro del turismo cultural, los más conocidos son el turismo religioso y el gastronómico. Este es más exigente y tiene la posibilidad de desarrollarse en cualquier época del año; se viaja con la intención “aprender algo”, ya que

normalmente se realiza por gente con un nivel educativo más alto que el promedio.

Es común que se busquen monumentos históricos del destino visitado, las manifestaciones gastronómicas más representativas del lugar y sucesos o leyendas que cuenten la historia del mismo. (Turístico, 2017)

3.4. Marketing.

Según Philip Kotler en su libro Dirección de Marketing, “el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplirlas metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente” (Kotler, 2019)

3.4.1. Marketing Turístico.

Según Philip Kotler “el marketing turístico es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes” (Kotler, 2019)

El marketing turístico se encarga de descubrir lo que los turistas quieren, desarrollar los servicios adecuados para ellos, suministrarles la información sobre la oferta existente y darles instrucciones acerca de dónde pueden adquirir el servicio, de forma que ellos reciban un alto valor y la organización turística obtenga un beneficio al tiempo que alcanza sus objetivos.

3.4.2. Marketing de Productos.

Marketing de productos se refiere a todas las medidas que fomentan la demanda y el consumo de mercancías. Las posibilidades en este sector van de grandes campañas publicitarias para artículos de marca hasta actividades puntuales para el apoyo de pequeñas empresas.

Propone que los consumidores prefieren los productos que ofrecen mayor calidad, rendimiento o características innovadoras. Sin embargo, en ocasiones los directores se enamoran de sus productos. Podrían cometer la falacia de la “mejor ratonera”, creyendo que un mejor producto por sí mismo llevará a la gente hasta sus puertas. Un producto nuevo o mejorado no necesariamente será exitoso a menos que su precio, distribución, publicidad y venta sean llevados a cabo de manera adecuada. (Kotler, Dirección de Marketing, 2012)

Aquí se nombran entre otros, la producción de catálogos, panfletos, campañas publicitarias clásicas con carteles y la realización de eventos publicitarios para los clientes.

Una importancia mayor tiene el marketing en Internet, por ejemplo, optimizando los resultados en buscadores y confeccionando páginas web y banners publicitarios. Socios para el marketing de productos suelen estar especializados. En cuanto al sector, el servicio de marketing ofrecido o el grupo de personas al que se dirigen.

Es fundamental que el marketing de los productos anunciados congenie con los compradores potenciales. Y antes que nada, ha de realizarse un análisis minucioso del mercado y del público destinatario.

3.4.3. Medios de promoción y publicidad.

Medios o canales publicitarios son los medios o canales a través de los cuales se envían los mensajes o anuncios publicitarios al público, es decir, los medios o canales a través de los cuales se publicitan los productos o servicios de una empresa.

Para elegir el medio o canal publicitario adecuado debemos tomar en cuenta las características de nuestro público objetivo (por ejemplo, cuáles son los medios que más utilizan, o los que podrían tener mejores resultados en éste), así como nuestro presupuesto publicitario. (Kotler, Dirección de Marketing, 2012)

3.4.4. Medios tradicionales de Marketing

Televisión: aún el medio más efectivo pero a la vez el más costoso. Se utiliza principalmente para productos de amplio consumo masivo.

Radio: le sigue en efectividad y costos a la televisión.

Prensa escrita: incluye diarios, revistas y publicaciones especializadas.

Internet: implica el alquiler de espacios publicitarios en sitios web de terceros, el uso de programas publicitarios, y el envío de anuncios o mensajes publicitarios vía correo electrónico.

Teléfono: implica la realización de llamadas telefónicas en donde ofrezcamos nuestros productos.

Correo directo: implica el envío de anuncios o mensajes publicitarios vía correo postal. Debemos tener cuidado con el uso de este medio, ya que puede resultar molesto para los consumidores y ser considerado como spam, sobre todo cuando el envío de correos es abundante o no ha sido solicitado. (Kotler, Dirección de Marketing, 2012)

3.4.5. Medios Publicitarios Alternativas

Ferias: al alquilar algún puesto o stand para promocionar nuestros productos. Pueden ser ferias locales o internacionales, estas últimas recomendadas cuando nuestro objetivo es buscar mercados externos a donde exportar nuestros productos.

Campañas de degustación: al habilitar un pequeño puesto de degustación en donde promocionemos nuestros productos. Puede ser en mercados, supermercados, tiendas, bodegas, etc.

Campañas publicitarias en actividades, eventos o en cualquier otro lugar a donde concurra nuestro público objetivo, y en donde podamos difundir o dar a conocer nuestro producto o marca.

Actividades o eventos que organicemos nosotros mismos, por ejemplo, al organizar un campeonato de algún deporte que esté relacionado con nuestros productos, u organizar un desfile de modas en alguna discoteca con el fin de promocionar nuestras prendas de vestir. Publicidad conocida como publicidad “belowthe line” (BTL).

Auspicio de alguien, de alguna institución o de alguna otra empresa, por ejemplo, al auspiciar a algún deportista conocido (sin necesidad de que sea famoso), o al auspiciar a alguna modelo conocida en el medio para que promocióne nuestras prendas de vestir. Publicidad conocida como “publicidad no pagada”.

Anuncios impresos que se colocan en camiones o furgonetas de reparto, en vehículos de propiedad de la empresa, en vehículos de transporte público, en taxis, o en cualquier otro tipo de vehículo.

Anuncios impresos que se colocan en cajas, empaques o bolsas destinadas a conservar o transportar el producto.

Letreros, paneles, carteles, afiches, folletos, catálogos, volantes, tarjetas de presentación, calendarios y otros instrumentos publicitarios.

Lapiceros, llaveros, cartucheras, destapadores, gorros, camisetas y otros artículos de merchandising que lleven nuestro logo, y que obsequiemos a nuestros clientes.

Por último, el medio más eficiente: el producto en sí mismo, al ofrecer un producto de muy buena calidad que satisfaga de tal manera al consumidor, que éste lo recomiende a otros consumidores. Publicidad conocida como “|” (Kotler, Dirección de Marketing, 2012)

3.4.6. Las cuatro “P” del Marketing

McCarthy clasificó varias actividades de marketing en herramientas de la mezcla de marketing de cuatro amplios tipos diferentes, a las que llamó las cuatro P de marketing: producto, precio, plaza y promoción. (Kotler P. , 2012)



3.5. Artesanía

3.5.1. Historia de la artesanía.

Las artesanías son manifestaciones que el hombre tenía y fueron considerados como estéticas o artesanales y fueron materializados en objetos.

La artesanía básicamente son obras y trabajos realizados manualmente y con muy poca intervención de la máquina, habitualmente son objetos decorativos o de uso común.

Al que se dedica a esta actividad se le llama artesano. Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte. Para otros es una

continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es también importante.

En la actualidad podemos ver la belleza de los productos de tiempos remotos, en los cuales sus creadores no los veían bellos y esto es lo que hace que podamos identificar que sea estético y artesanal. Existen varias categorías además de la belleza, existe la fealdad y el dramatismo, lo cómico y lo sublime, lo trivial y lo típico.

El hombre antes de imaginar tuvo que dominar el figurar, en otras palabras la representación gráfica de la realidad visible, que es una manera plástica de verla. Para estudiar el origen del artesanía y de lo estético es complejo por la falta de documentación pero podemos decir a grandes rasgos que lo estético aparece en el Paleolítico y lo Artesanal nace en el Neolítico, la función mágica precede a la religiosa y la social puede existir una vez formadas las sociedades en el Neolítico.

Viéndolo por otro lado lo funcional une lo artesanal con lo estético. El hombre tuvo que aprender a trabajar con sus manos y a figurar para confeccionar objetos artesanales con figuras.

La capacidad de sentir del hombre constituye la única posibilidad de las artes y de los diseños para diferenciarse de las ciencias, las cuales se caracterizan por la razón. Por ejemplo en Grecia apareció la representación de los dioses en sus obras, predominó el pensamiento mítico y el religioso. (Orozco, 2007)

3.5.2. Riqueza artesanal de Nicaragua.

Nuestra artesanía es prácticamente oro. La belleza de tales productos repleta los sentidos de muchos visitantes extranjeros que persiguen a capa y espada poder llevarse a sus hogares un producto netamente nicaragüense que se expande por el mundo.

Mediante el turismo, estas verdaderas obras de arte conforman un panorama artístico de nuestro país que mucho agrada e impacta a quienes por primera vez logran tener en sus manos algunas de esas maravillosas piezas.

Las manos del artesano nicaragüense transforman desde hace muchos años materiales inertes, faltos de belleza, en magníficas obras de arte apreciadas tanto nacional como internacionalmente.

Se dice que Nicaragua posee, dentro de la región Centroamericana, la más grande y exitosa variedad de artesanías. Cada departamento de nuestro país se caracteriza por algún estilo, material, diseño, técnica o incluso por la referencia de algún artesano en particular que es representativo de cierto pueblo o ciudad.

Entre los materiales utilizados podemos encontrar el barro, madera, mimbre, textiles, frutos secos, hojas de elote, conchas de mar, y otros.

En Masaya, por ejemplo, se puede encontrar gran variedad de artesanías, pero es aún más conocida por sus Hamacas elaboradas a mano, de gran colorido y en diferentes tamaños y estilos.

Como parte de los Pueblos Blancos y también parte del departamento de Masaya, se encuentra San Juan de Oriente; un territorio de unas cuantas cuadras cuya principal actividad económica es la venta de artesanía, sobre todo a base de barro.

En Carazo predominan los artículos tejidos o bordados, confección de ropa y productos de cuero (pieles). Pero hay mucho más, y ese es el caso de Granada, se dice que por ser una ciudad de infraestructura colonial, sus pobladores se transformaron en grandes y exigentes demandantes de joyería en oro y plata, lo que provocó una excelente mano de obra.

Y qué decir de León, conocida por sus muebles y figuras de hierro y madera. Por demás, la Cerámica Negra predomina en Matagalpa y Jinotega, y seguimos nuestra ruta, pues dentro del departamento de Estelí encontramos el pueblo San Juan de Limay, en donde se elaboran hermosas esculturas de piedra Marmolina.

Éstos son solo algunos de los lugares y tipos de artesanía que elaboran en el territorio de Nicaragua.

Para muchas personas que visitan nuestro país un objetivo primordial radica en la artesanía, como maestros de expresión cultural y artística que siguen de cerca esta ruta y compran bellas obras para mostrárselas a sus alumnos. (Celaya, 2017)

3.5.3. Tipos de artesanía.

3.5.3.1 Artesanía Tradicional

Para su creación se utilizan materias primas de la región y herramientas de tipo rudimentario, conservando las raíces culturales transmitidas de generación en generación. Estas son creadas con fines utilitarios y decorativos.

3.5.3.2. Artesanía Autóctona Aborigen

Es la que mantiene viva la producción artesanal de los pueblos y comunidades indígenas, usando para ello útiles, técnicas y demás elementos proporcionados por su entorno.

3.5.3.3. Artesanía de Proyección Aborigen

Como su nombre lo indica establece un vínculo con los diseños de origen, pero proyecta los mismos adecuándolos a las exigencias del mercado.

3.5.3.4. Artesanía Típica Folclórica

Es la que permite diferenciarnos de los demás países del mundo, se identifica con nuestras sólidas raíces folclóricas, manteniendo nuestra identidad.

3.5.3.5 Artesanía Urbana

Son aquellas que utilizan insumos y técnicas urbanas en respuesta a una necesidad de consumo, surgen del ingenio popular e inspirado en la universalidad de la cultura.

3.5.3.6. Artesanía Suntuaria

Como su nombre lo indica, son aquellas creadas únicamente con fines de lujo, utilizándose materias primas de alto valor brindadas por la naturaleza. (wordpress.com, 2017)

3.5.3.7. Talleres artesanales

Es un centro de producción que atesora una serie de características que le diferencian cualitativamente de otro lugar donde se pueda fabricar cualquier otro objeto:- la diversidad creativa que muestras los distintos maestros artesanos y que queda inmersa en su obra.- la capacidad individual en la elaboración de sus productos. Cada objeto que sale de las manos del artesano es único e irrepetible.

La sabiduría (personalidad del autor) y el conocimiento tradicional dan vida al producto artesanal realizado.- la aptitud del artesano para crear, innovar y conciliar tradición y modernidad es uno de los elementos diferenciadores de todo objeto de artesanía.- las creaciones originales y los productos de calidad son las exigencias que se marca todo buen artesano.

3.6. Cultura

Según Tyler (1871) es todo un complejo que incluye los conocimientos, creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y todas las otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad.

Incluyen todas las manifestaciones de los hábitos sociales en una comunidad las reacciones de un individuo en la medida que se ven afectadas por las costumbres, del grupo en que viven y los productos de las actividades humanas en la disposición que se ven determinada por dichas costumbres.

Son todas las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de una sociedad, colectiva e individualmente, en relación a su ambiente natural, a otros grupos, a miembros del mismo grupo y de cada individuo así si mismo.

También incluye los productos de estas actividades y su función en la vida de los grupos.

3.6.1. Patrimonio Cultural

Por patrimonio cultural se entiende: los monumentos: obras arquitectónicas, de esculturas o de pintura monumental, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripción, 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.

Conjuntos: grupos de construcciones aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración el paisaje les dé un valor universal desde el punto de vista de la historia, el arte o de la ciencia.

Los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos, que tengan un valor universal desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

Patrimonio cultural inmaterial: son aquellos usos, representaciones expresiones conocimientos y técnicas juntas con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que le son inherentes que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Se manifiestan en los siguientes ámbitos:

- Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma
- Artes del espectáculo
- Usos sociales, rituales y actos festivos
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza
- Técnicas artesanales tradicionales

Bienes culturales: los bienes cualquiera que sea su origen y propietario, que las autoridades nacionales, por motivos religiosos o profanos, designen específicamente como importantes para la arqueología la prehistoria, la literatura, el arte y la ciencia.

Ejemplo: colecciones de zoología, anatomía y los objetos de interés paleontológicos, productos de las excavaciones o descubrimientos arqueológicos, antigüedades que tengan más de 100 años cuadros, pinturas y dibujos hechos a mano, manuscritos, sellos de correo y sellos fiscales.

3.6.2. Identidad cultural

Es el sentido de pertenencia a una colectividad, aun sector social, aun grupo específico de referencia.

La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasman su cultura, como la lengua, instrumentó de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, estos es, los sistemas de valores y creencias. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo pues son producto de la colectividad.

La identidad no es un concepto fijo, si no que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior. La identidad solo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de ante mano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración.

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.

IV. Diseño metodológico

Se define al diseño al esquema en que quedan representadas las variables y cómo van a ser tratadas en el estudio. Por lo general se representa en un esquema matemático. Donde la simbolización sintetiza las relaciones de las variables, y como van a ser medidas a través de los estadígrafos o de los modelos matemáticos.

4.1. Enfoque de investigación

Esta investigación según su enfoque filosófico es de enfoque cualitativa porque se describe la situación actual de la artesanía y su proceso de elaboración.

Según Sampieri el Enfoque cualitativo puede definirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo, visible, lo transforman y convierten

en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos.

Es naturalista (porque estudia a los objetos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en términos de los significados que las personas les otorguen).

Se dice que es descriptiva ya que se pretende caracterizar el municipio, su artesanía y los lugares emblemáticos que posee Mozonte de igual manera se detallará el proceso de elaboración de artesanía en barro como también de Acícula de Pino.

4.2. Según su cobertura temporal-espacial

Según el tiempo, es una investigación transaccional o de corte transversal, ya que se recogerán los datos en tiempo único en un momento determinado.

Lo cual se realizará en el periodo comprendido 2018-2019.

4.3. Población y Muestra

Universo o Población:

Sampieri (2006) define una muestra como "un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población". De acuerdo con la cantidad de personas que conforman la muestra, se establece que la población es finita, debido a que se puede definir la cantidad de elementos que la conforman. (Eddy, 2009)

Es no probabilístico de conveniencia de la investigación se basa en los artesanos, un porcentaje de la población y representantes de la alcaldía del municipio de Mozonte.

4.4. Procedimiento para la recolección y análisis de datos

Para la recolección, procesamiento y análisis de los datos obtenidos se utilizó el método empírico.

El método empírico es un modelo de investigación científica, que se basa en la experimentación y la lógica empírica, que junto a la observación de fenómenos y su análisis estadístico, es el más usado en el campo de las ciencias sociales y en las ciencias naturales. Su aporte al proceso de investigación es resultado fundamentalmente de la experiencia.

Estos métodos posibilitan revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio, accesibles a la detección a través de procedimientos prácticos con el objeto y diversos medios de estudio. Su utilidad destaca en la entrada en campos inexplorados o en aquellos en los que destaca el estudio descriptivo. (El Enciclopedista , 2016)

Para la recolección de datos de esta investigación se planteó una serie de técnicas e instrumentos adecuados para el estudio que a continuación se detallan:

4.5. Encuesta

Según Richard L. Sandhusen, las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas estructuradas, ya sea se personalmente, por teléfono o correo electrónico. (Hernández, 2015)

- Guía de encuesta dirigida a los artesanos del municipio.
- Guía de encuesta dirigida a turistas que encontremos en el municipio
- Guía de encuesta dirigida a la población de Mozonte.

4.6. Entrevista

Según Lic. Alina Plomé La entrevista y el cuestionario son técnicas o instrumentos de recolección de datos. La entrevista implica una pauta de interacción verbal, inmediata y personal.

Es una conversación, generalmente oral, entre dos o más personas dependiendo de si sea personal o grupal, de los cuáles, una parte es el entrevistador y la otra el entrevistado. Los cuestionarios son un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. Tanto la entrevista como el cuestionario tienen como finalidad obtener información.

En este caso será aplicada a los funcionarios de la alcaldía que tengan que ver con el sector de las artesanías y el turismo.

4.7. Trabajo de campo por etapas

4.7.1. Determinar la Problemática.

Se elaboró el planteamiento del problema para la investigación tomando en cuenta el estado actual del municipio de Mozonte para determinar las variables de estudio y poder darle salida a los objetivos planteados, tomamos en cuenta la opinión de algunos artesanos que habíamos platicado anteriormente para la elaboración del mismo.

Es de gran importancia la elaboración y delimitación del planteamiento del problema para poder tener una continuidad durante todo el proceso de investigación.

4.7.2. Herramientas o técnicas adecuadas

Anteriormente se describió las técnicas a utilizar en esta investigación, como es la entrevista ésta se elaboró mediante las Operacionalización de variables que por ende le da la valides a la información recolectada, fue aplicada a los funcionarios de la alcaldía de Mozonte.

De igual manera se realizó otro instrumento de una entrevista semi estructurada, la cual fue dirigida a los artesanos y artesanas y a un porcentaje mínimo de la población del municipio de Mozonte.

Ambas herramientas son de gran importancia para la realización de la investigación porque de ella depende los resultados ya sea positivos o negativos de dicho estudio, como para darle salida a la problemática que enfrenta el municipio

4.7.3. Visita de campo para aplicación de Instrumentos

Se visitó el municipio de Mozonte para aplicar los instrumentos las cuales se aplicaron a los funcionarios de la Alcaldía municipal, los artesanos y a un porcentaje de la población.

También se visitó los diferentes atractivos del municipio: Loma Santa, Parque Municipal, la Iglesia San Pedro y los talleres de Artesanía.

4.7.4. Análisis de los datos

Para el análisis de datos se agruparon los ítems o preguntas que fueran en base a los objetivos específicos según su orden para darle salida a los mismos, el análisis de la opinión del entrevistado, compararlo con la teoría y la realización de triangulación de información y llegar una conclusión en cada uno de los objetivos y de ésta manera darle salida.

Ya con los resultados obtenidos se realizó la propuesta de Marketing partiendo de las necesidades de los artesanos y artesanas del municipio de Mozonte donde se

tomará en cuenta los recursos turísticos que posee el municipio y sus artesanías. Posteriormente se realizarán las conclusiones y recomendaciones.

| Variables | Conceptualización | Sub-variables | Indicadores | Preguntas |
|-----------|-------------------|-------------------------|---------------------------------|---|
| Marketing | | Estrategia de marketing | Pública | <p>¿Cuentan con publicidad para vender sus productos?</p> <p>¿Le gustaría la implementación de una estrategia de publicidad para su taller?</p> <p>¿Cuál es el medio elegido por usted para llegar al municipio de Mozonte?</p> <p>¿Cuál es la razón de su visita?</p> |
| | | | Comercialización | <p>¿Qué medios utilizan para la comercialización de sus productos?</p> <p>¿Cuentan con el apoyo de las instituciones gubernamentales para la comercialización?</p> <p>¿Cuál de los siguientes aspectos considera importante para acceder a la compra?</p> <p>¿Le interesaría conocer novedosas artesanías y observar su proceso de elaboración?</p> |
| | | | Precio | <p>¿En qué lugares vende su producto?</p> <p>¿Cuál es el precio de la Artesanía?</p> <p>¿Cuál es su nivel de ingresos semanal?</p> |
| | | | Producto | <p>¿Qué tipo de artesanía realiza usted?</p> <p>¿Qué materia prima utiliza?</p> <p>¿Qué tipo de artesanía se vende más?</p> |
| Promoción | | Artesanía | Caracterización de la artesanía | <p>¿Cuál es la importancia de la artesanía para el municipio?</p> <p>¿Porque se caracteriza la artesanía de Mozonte?</p> |
| | | | Organización de los talleres | <p>¿Cómo están organizados los talleres?</p> <p>¿Cómo están organizados los artesanos?</p> |
| | | | Aporte económico | <p>¿Cree que es importante desarrollar esta actividad para la economía del municipio?</p> <p>¿Cuál es el aporte económico y social de las artesanías para la población dedicada a esta actividad?</p> |

Operacionalización de Variables

| Variables | Conceptualización | Sub-variables | Indicadores | Preguntas | Escala | Técnica | Dirigida |
|-----------|-------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---|------------------------|------------------------|----------------------|
| Artesanía | | Promoción Turística de la artesanía | Oferta turística de artesanía | ¿Cuál es la oferta turística de artesanía en el municipio? | Cualitativa | Entrevista | Alcaldía |
| | | | Demanda turística de artesanía | ¿Cuál es la mayor demanda turística de artesanía en el municipio? | Cualitativa | Entrevista | Alcaldía |
| | | | Circuito turístico de artesanía | ¿Es importante para usted la creación de un circuito turístico de artesanía? ¿Considera que el municipio necesita promocionar un circuito turístico de la elaboración de la artesanía? | Nominal Cualitativa | Entrevista Encuesta | Alcaldía Artesano |

V. Análisis y discusión de resultados.

El siguiente capítulo comprende el análisis y discusión de los resultados mediante los objetivos planteados preliminarmente.

5.1. Resultado 1

En relación con el primer objetivo específico el cual era Caracterización del municipio de Mozonte, departamento de Nueva Segovia.

5.2. Caracterización del municipio de Mozonte.

Según algunos investigadores el nombre de este municipio es de origen indígena "Mosuntepec que significa pueblo entre ríos y colinas". Otros historiadores (incluyendo al Dr. Julián Guerrero) opinan que el origen del nombre es mexicano Mozonte procede de las voces "musu", pozol; "n", indicativo de lugar y "tepec", cerro; es decir, "El cerro del pozol o del maíz".

Según ciertos historiadores Mosunse fue un cacique que se estableció en estas tierras, los integrantes de esta tribu se fueron multiplicando hasta formar un pequeño caserío, cultivaban la tierra sembrando granos básicos, se dedicaban a la caza, criaban aves de corral, cerdos, etc. De estos habitantes todavía se conservan los rasgos físicos indígenas casi sin alteraciones por cuanto poco se ha percibido el proceso de mestizaje y en su inmensa mayoría son hijos autóctonos de este pueblo, a pesar que su idioma ha desaparecido o, ya que desde hace muchos años hablan el español.

Posición geográfica

El municipio se encuentra ubicado entre las coordenadas 13° 39" de latitud norte y 86° 26" de longitud oeste, a 242 km², por su extensión territorial ocupa el Séptimo lugar entre los municipios de Nueva Segovia, se localiza a 234 kms. De Managua, Capital de Nicaragua.

Limitado:



Al norte con la República de Honduras.




Al sur con el municipio de Totogalpa.

Al este con el municipio de San Fernando, Ciudad y Telpaneca.

Al oeste con el municipio de Ocotal y Dipilto. (EcuRed)

5.3. Atractivos turísticos del municipio de Mozonte

| Nombre | Descripción General |
|--|--|
| <p>Loma santa</p>  | <p>Se puede observar el municipio y Ocotal El santuario dedicado a la Virgen de Guadalupe ubicado al norte del casco urbano, actualmente se restauró para los feligreses.</p> |
| <p>Iglesia san pedro</p>  | <p>La parroquia de San Pedro Apóstol está ubicada en el centro del municipio cuya construcción se inició en el año 1739. Actualmente posee una colección de objetos religiosos que datan de 1763 y 1788.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>Artesanía de barro</p>  | <p>Actualmente es la actividad económica en la que trabajan los pobladores los talleres se pueden encontrar en varios lugares del municipio. Se elabora a partir de las variedades de barro que se encuentran en la cercanía de los cauces de sus ríos Mozonte, Quisuli y Achuapa.</p> |
| <p>Arquitectura</p>  | <p>La tradición indígena presente en sus calles, que se observa en los rasgos físicos de la mayoría de sus pobladores y sus casas construidas con adobe rojizo y puertas pequeñas.</p> |
| <p>Serranía Dipilto Jalapa</p>  | <p>La impresionante vista de la Serranía de Dipilto- Jalapa y el cerro Volcán viejo. (Nicaragua, 2013)</p> |

5.4. Estado actual del municipio de Mozonte

Mozonte es un municipio de nueva Segovia que cuenta con una rica historia desde tiempos precolombinos, el turismo en el municipio actualmente es más aprovechado por turistas nacionales, algunos de ellos son comerciantes que llegan al lugar a adquirir los productos de artesanía para su venta en otros departamentos del occidente.

No obstante el turismo rural es una actividad que puede ser aprovechada por los pobladores, ya que presenta las condiciones necesarias para ser explotado adecuadamente, por tanto su oferta se puede diversificar y habrá una variedad de opciones de productos y servicios. Por otro lado la demanda ha tenido un aumento constante con nuevas empresas que ofrecen servicios de alimentos y bebidas por lo que hay más de un lugar donde ir.

Este municipio se ha posicionado en el mercado por sus artesanos los cuales esculpen piezas de barro en Nueva Segovia, en el lugar existen más de 25 talleres de artesanías que ofrecen una gran variedad de piezas de barro, se encuentran desde ollas, comales, tinajas y otros utensilios de uso doméstico que pueden servir como adornos o se les puede dar uso diario.

5.5. Características de la artesanía del municipio Mozonte

El principal elemento para la elaboración de la artesanía del Municipio de Mozonte es el barro o arcilla el cual se obtiene de las orillas del río que rodea el pueblo.

Además de las piezas de barro, en el municipio se elaboran otro tipo de artesanía como lo son las hechas a base de acícula de pino material encontrado en los abundantes bosques de pino de Ocotol.

De la acícula de pino se realizan diferentes piezas como: aretes, sombreros, pulseras, joyeros, collares, llaveros, cintillos y otros usados en la vida cotidiana, etc.

Aunque en el país hay diferentes departamentos en los cuales existen personas que se dedican a esta actividad, la artesanía del Municipio de Mozonte es única por sus colores y la manera en la cual los artesanos prepararan su materia prima.

5.6. Importancia de la artesanía del Municipio de Mozonte

La artesanía de Mozonte es la identidad del municipio ya que se caracteriza por ser un pueblo de indígenas y artesanos ya que se mantiene vivo el patrimonio cultural heredado por nuestros ancestros.

Su importancia es relevante para los habitantes gracias a que esta actividad genera empleos y de esta forma se mejora la calidad de vida de las familias y crece la economía municipal.

Actualmente este rubro es un atractivo turístico potencial que genera visitas de turistas nacionales y extranjeros, posicionando al municipio como un destino turístico a visitar en Nicaragua.

La cultura es prioritaria en la identidad nicaragüense, por eso es importante impulsarla de manera que sea sostenible erradicando la pobreza y mejorando la calidad de vida.

5.7. Proceso de la elaboración de la artesanía del municipio de Mozonte.

Elaboración de piezas a base de Barro

Pieza Utilitaria y pieza de adorno

1. Se coloca la Arcilla o barro en tramos
2. Después se sitúa a secar al sol para que esta endurezca de manera que se pueda amasar y que no se pegue en la mano.

3. Ya se puede llevar al taller
4. Se ubica en el torno donde se hacen las piezas y con agua se le va dando forma.
5. Lista la pieza se pasa dónde trabajan las mujeres para el lijado a las piezas utilitarias.
6. Las piezas de adorno esa solo se pasa donde el decorador para que realice el diseño.
7. Luego se pasa a la bodega a secarse cuando ya está bien seca.
8. En seguida se lleva al horno hasta que la pieza este totalmente dura.
9. Listas para decorarlas y pintarlas así sea utilitaria o decorativa.

La duración de este proceso es de uno a dos días depende del tamaño o diseño de la pieza y de cuantas personas estén trabajando en los talleres.

Elaboración de piezas a base de Acícula de Pino.

1. Se coloca la acícula de pino 4 horas en agua y ace.
2. Se frota circularmente.
3. Se enjuaga.
4. Luego se pasa por agua hirviendo.
5. Secado a la sombra.
6. Listo para elaborar la pieza.

La duración del proceso de elaboración de piezas de este material tarda como mínimo un mes de acuerdo al tamaño y diseño de la pieza, ejemplo: sombreros y joyeros.

En la visita al municipio de Mozonte pudimos constatar el numero de talleres de artesanía los cuales son 25 en total, la mayoría de los cuales se encuentran ubicados a lado de la carretera Panamericana.

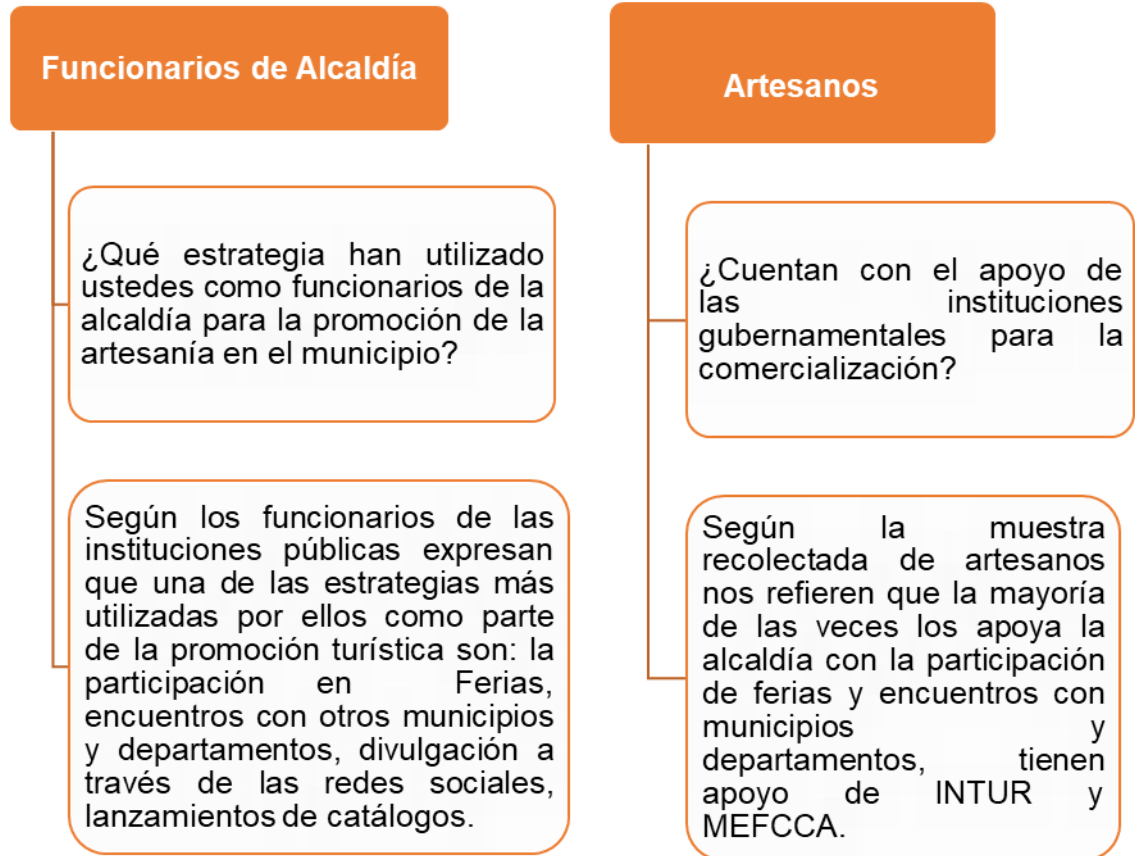
Los artesanos nos comentaron que tienen más de 30 años de ejercer este labor que ha venido de generaciones en generaciones, tratan de que los jovenes se

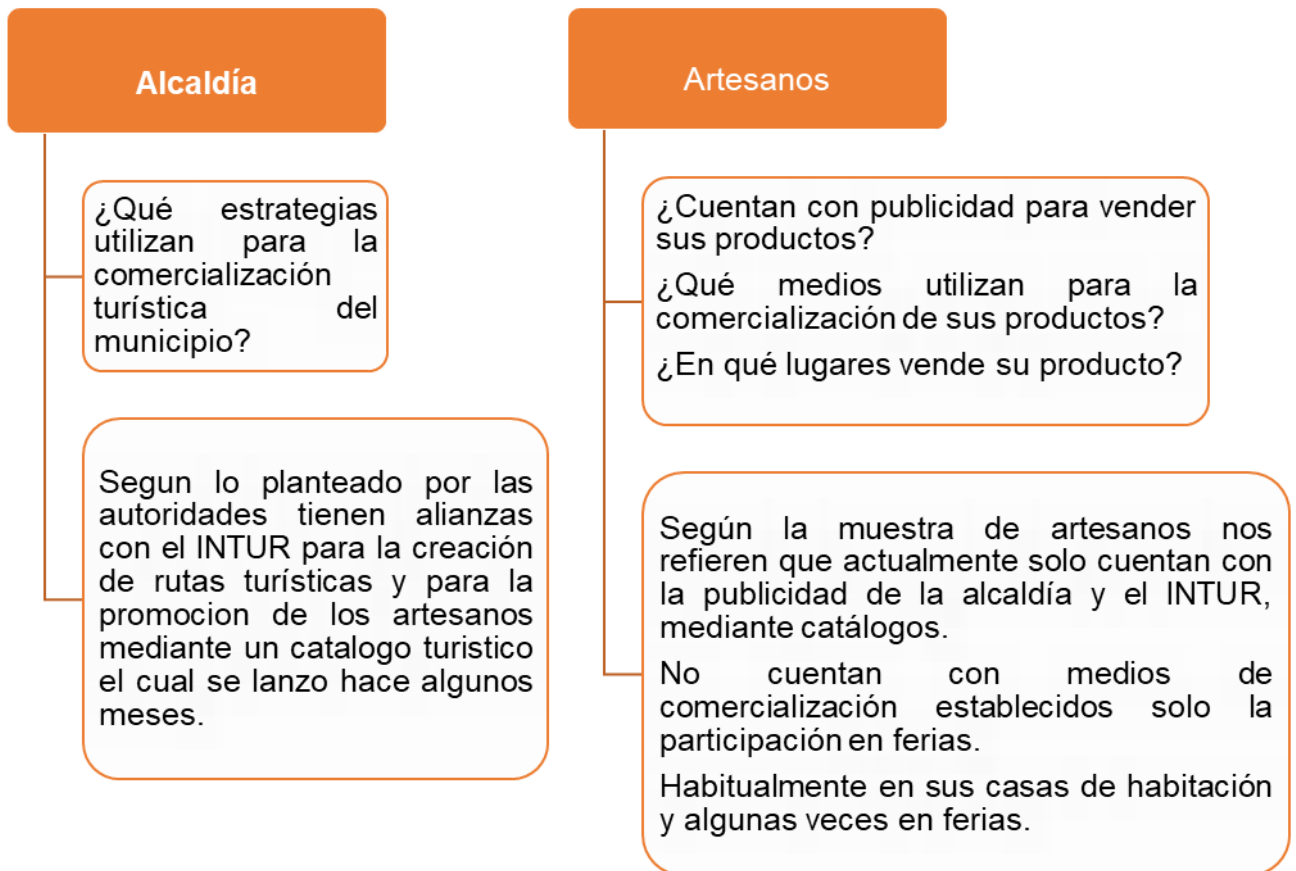
interesen por esta labor cultural lo cual a sido dificil por la falta de interes de la nueva generación.

Nos refieren que semanalmente tiene un ingreso de \$ 80 dolares en temporadas altas, en la cual tienen visitas de turistas extranjeros, en temporadas bajas es menos el ingreso ya que solo trabajan por pedidos que les hacen comerciantes del occidente del país donde son también vendida en esa zona.

5.8. Resultado 2

En relación con el segundo objetivo específico el cual era Determinar las estrategias y canales de promoción que utilizan los artesanos en el municipio de Mozonte, departamento de Nueva Segovia, nos planteamos las siguientes interrogantes.





Según la información recopilada durante la visita, ambas partes utilizan medios de promoción básicos que les permite vender sus productos y darlos a conocer a otros municipios a través de ferias promovidas por el INTUR y el MEFCCA.

Lo que nos da pautas para crear estrategias de promoción de la artesanía del municipio y darle un plus extra a las artesanas y artesanos del pueblo para incrementar las visitas de turistas nacionales y extranjeros, de esta forma habrá un crecimiento en la economía familiar del municipio.

Para darle salida a este objetivo aplicamos una entrevista semi estructurada la cual estaba dirigida a tanto a los funcionarios de la alcaldía como para artesanos(muestra representativa) del Municipio de Mozonte.

De acuerdo con la información recolectada en la entrevista realizada a Greysis Herrera funcionaria de la Alcaldía Municipal de Mozonte dice que las estrategias que se han venido trabajando para la promoción es la divulgación, exposición y venta de productos a través de ferias, encuentros con otros municipios y departamentos, el uso de redes sociales y catálogos turísticos.

Los artesanos entrevistados refieren lo mismo que plantea la municipalidad, a continuación se describirá las estrategias y canales de promoción mencionadas anteriormente:



Divulgación

- La divulgación se refiere a la acción de exponer y difundir un contenido que puede ser de interés público, por lo cual la municipalidad utiliza las redes sociales, radio y canales televisivos para divulgar los eventos que se organiza en el municipio.



Exposición de productos

se refiere a los eventos que se organizan para exponer los productos a futuros clientes y visitantes, los artesanos del municipio mayoritariamente exponen sus productos en sus casa de habitación, que funcionan como talleres para ofrecer el servicio de elaboración de artesanía.



Venta de productos

cuando se habla de ventas de productos se refiere a la compra de las diferentes piezas que se ofertan en el municipio o fuera de este, por medios de las ferias y encuentros que realice el INTUR.



Ferias

- Una feria es un acontecimiento que se organiza normalmente de forma periódica y en relación con un sector económico determinado. En el municipio de Mozonte se realizan ferias donde los protagonistas ofrecen sus productos a la población y a turistas.



Encuentros

- Cuando hablamos de encuentros nos referimos cuando dos departamentos se reúnen para compartir sus costumbres y tradiciones entre ambos, llevando con ellos un grupo de representantes de sus tradiciones y culturas donde cada uno de los protagonistas, se dan a conocer con sus productos.



Redes sociales

- Es una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí.
- La municipalidad utiliza las redes sociales para promocionar la artesanía y los lugares emblemáticos del municipio.
- Los artesanos utilizan Facebook para promocionar la artesanía en sus perfiles..



Catálogos turísticos

- Es la lista ordenada o clasificada que se hará sobre cualquier tipo de productos y servicios donde pueden encontrar información necesaria y ubicación de estos.

5.9. Resultado 3.

En relación al tercer objetivo el cual se enmarcará en el Diseño de estrategias de Promoción turística para las artesanías del Municipio de Mozonte, Departamento de Nueva Segovia formulamos la siguiente propuesta :

Los artesanos comentaron la importancia de la creación de un circuito turístico donde se les tomaran en cuenta para ofrecer sus servicios en el proceso de elaboración de una pieza de artesanía, lo cual permitirá interactuar con los turistas que visiten el municipio.

Esto nos llevó a realizar una propuesta de marketing para promocionar la artesanía del municipio, dándole un realce a esta labor que es parte de nuestra identidad cultural de los nicaraguenses y que nos hacen ser diferentes a los demás países centroamericanos por el estilo de sus artesanías.

Como también el incremento de la economía familiar de las artesanas y artesanos del municipio.

5.10. Propuesta

Nombre de la propuesta:

Diseño de estrategias de Marketing para la promoción de las artesanías del Municipio de Mozonte Departamento de Nueva Segovia

1.1. Objetivo de la Propuesta.

Objetivo general

- Diseñar Estrategias de Marketing para la promoción de las artesanías del Municipio de Mozonte Departamento de Nueva Segovia

Objetivo específico

- Promocionar las artesanías del Municipio de Mozonte como un atractivo turístico.
- Creación de Sitios Web en las diferentes redes sociales para promocionar las artesanías del municipio de Mozonte.
- Creación de un circuito turístico para promocionar los talleres de artesanías del municipio de Mozonte

5.11. FODA

La matriz FODA es una herramienta estratégica del Plan de Marketing que nos facilitará la toma de decisiones y el plan de acción.

| Fortalezas | Oportunidades |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento en la elaboración de artesanía. • Ruta del café transitoria. • Pueblos indígenas. • Se ubica en la carretera Panamericana. • Rehabilitación y creación de áreas recreativas. | <ul style="list-style-type: none"> • Demanda del turismo rural. • Atractivos naturales cercanos. • Desarrollo de las manifestaciones culturales. • Ruta que conexiona hacia otros municipios. • Mayor espacio de ocio. |
| Debilidades | Amenazas |
| <ul style="list-style-type: none"> • Pocos recursos Naturales. • Falta de publicidad de otros recursos culturales. | <ul style="list-style-type: none"> • El municipio se encuentra en el corredor seco. • La transculturización • Inseguridad. |

5.12. Diseño de estrategias: Implementación de Sitios Web en redes sociales

Un sitio web es un conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en particular, incluyendo una página inicial de bienvenida generalmente denominada home page, a los cuales se puede acceder a través de un nombre de dominio y dirección en Internet específicos. El Word Wide Web, o simplemente Web como se le llama comúnmente, están integrados por sitios web y éstos a su vez por páginas web. La gente suele confundir estos términos, pero un sitio web es en realidad un conjunto de páginas web.

5.12.1. Creación de un perfil en Facebook



1 Perfil de Facebook Ver en figura en tamaño real en anexo.

Se creará un perfil y una página en Facebook para promocionar la artesanía del municipio dándoles el protagonismo a los artesanos y artesanas resaltando sus datos, donde se encuentran ubicados y cómo podemos contactarlos para adquirir las piezas de artesanía.



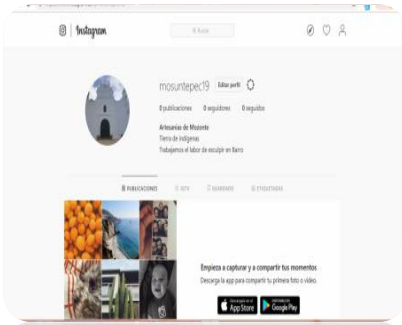
2 Pagina en Facebook tamaño real en anexo

Como bien sabemos Facebook es una plataforma para

promover los productos y servicios, de esta manera aumentar la oferta y demanda turística por ser un medio de uso mundial.

Facebook es una red social pensada para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de la plataforma social más popular de todas las existentes en la actualidad.

5.12.2. Creación de un perfil en Instagram



3 Perfil en Instagram, ver tamaño real en anexo

Es una red social y una aplicación móvil al mismo tiempo. Ésta permite a sus usuarios subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro, etc. para posteriormente compartir esas imágenes en la misma plataforma o en otras redes sociales.

Esta aplicación o red, es actualmente una de las que mayor crecimiento tiene en el mundo.

El Instagram creado para la promoción de la artesanía de Mozonte contendrá imágenes y el spot publicitario con el fin de dar a conocer la oferta turística del Municipio.

5.12.3. Elaboración de Spot publicitario

El spot publicitario es uno de los recursos más eficaces para dar a conocer una marca o producto concreto y para convencer y estimular el deseo de la audiencia al que va dirigido hacia un determinado objetivo. Pero también es de los que tienen un precio más elevado, por lo que suelen ser breves. Por lo general no duran más de un minuto. Y es que pocas son las empresas que cuentan con un presupuesto lo suficientemente amplio como para pagar anuncios extensos en canales reconocidos y en horario de máxima audiencia.

El spot publicitario abarcó los diferentes talleres artesanales en el cual se destaca el proceso de elaboración de la artesanía resaltando la riqueza cultural del municipio.

5.12.4. Elaboración de un Banners



4 Banner ver en tamaño real en anexo

Los banners son herramientas versátiles para presentarse de forma simple y eficiente a públicos objetivos. Estos productos impresos son multiusos y pueden ser utilizados para dar información a visitantes y clientes en interiores, así como para una efectiva publicidad en exteriores. Para asegurar que tu diseño impreso perdura, la calidad de la impresión y el material utilizado en tus banners de promoción y presentación es particularmente crucial.

El banners hecho tendrá fotos tanto de las artesanías como de los diferentes atractivos del municipio de Mozonte y números de teléfono que sirvan para contactar a los artesanos.

5.12.5. Diseño de Brochure.



5 Brochure ver en tamaño real en anexo

Brochure es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente. El brochure abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que su

compañía ofrezca hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa. Es decir, el brochure abarca casi todo el material impreso propio de una empresa y cada uno de los diferentes tipos de brochure debe ser diseñado de manera diferente. Es diferente el criterio que se deba adoptar a la hora de hacer el diseño para una carpeta de presentación de proyectos interna que para una que circule de manera externa a su compañía.



Ilustración 6 brochure parte de adentro ver en tamaño real en anexo

En el brochure se encontrará información básica para contactar a los artesanos y fotos del lugar para impulsar turísticamente al municipio para mejorar la oferta y aumentar la demanda del turismo en el municipio de Mozonte.

5.12.6. Circuito del Municipio de Mozonte

“Tierra de indígenas y artesanos”

Producto: “Arte, cultura y tradición”

Atractivos a visitar

- Santuario de la virgen de Guadalupe
- Parque municipal
- Iglesia san pedro
- Talleres de artesanías



Ilustración 7 circuito turístico ver en tamaño real en anexos

Equipamiento e infraestructura.

El municipio de Mozonte cuenta con infraestructura en condiciones óptimas ya que está sobre la carretera Panamericana y sus calles están adoquinadas, cuentan con los servicios necesarios para brindar al turista una amplia oferta.

A pocos metros de la carretera encontrara las instituciones del estado como la policía, la Alcaldía y centro de salud por cualquier emergencia, de igual manera encontrarán la iglesia y el parque central del municipio.

Servicios turísticos y actividades recreativas.

Dentro del municipio hay una variedad de oferta tanto como alimentos y bebidas, como los diferentes talleres que se encuentran sobre la carretera desde artesanías decorativas y utilitarias para el gusto del cliente.

Dentro de las actividades recreativas encontraremos las distintas ferias que hacen mes a mes para el disfrute de la población, de sus visitantes, en sus fiestas patronales en honor a San Pedro Apóstol que se celebra el 29 de Junio.

VI. Conclusiones

El municipio de Mozonte se caracteriza por la elaboración de variada artesanía, lo que representa un potencial turístico.

Se identificaron los medios y canales utilizados por los artesanos y la municipalidad, los cuales son los más frecuentes para promocionar las artesanías del Municipio de Mozonte.

Se describieron los medios y canales que se utilizan para la promoción de la artesanía en el municipio, que son ejecutados por la municipalidad y algunos artesanos para vender sus productos.

Se diseñó una estrategia de marketing para promocionar turísticamente la artesanía y el municipio de Mozonte.

Se crearon perfiles en redes sociales, Banner, Brochure, un Spot Publicitario y un circuito turístico con el propósito de dar a conocer turísticamente la artesanía y el municipio.

VII. Recomendaciones

A la municipalidad:

- Realizar actividades culturales que involucren a los jóvenes con el fin de mantener el legado de sus ancestros.
- Crear espacios que motiven a los artesanos a mejorar las relaciones interpersonales, con el fin conservar un ambiente propicio para la atención al turista y los clientes.
- Mejorar los medios y canales de promoción para un aumento de visitas al municipio y de esta manera mejorar la economía de la familia del municipio de Mozonte.

A INTUR:

- Crear una marca municipio para promocionarlo turísticamente.

A los Artesanos:

- Involucrarse en las actividades de promoción que realice la municipalidad.
- Coordinarse con sus compañeros de labor para realizar actividades de convivencia y ventas de sus productos.
- Utilizar los nuevos medios tecnológicos para promocionar sus productos artesanales.

A la Población:

- Valorar el arte que los identifica como un pueblo indígena.
- Apoyar en la compra de las piezas que elaboran los artesanos de su municipio.

A Estudiantes:

Capacitar a los artesanos en el uso de las redes sociales para promocionar las artesanías.

VIII. Bibliografía

- blognikeros.wordpress. (16 de 08 de 2014). Obtenido de <https://blognikeros.wordpress.com/2014/08/16/artesania-de-nicaragua-el-arte-a-mano/>
- Celaya, O. (01 de 06 de 2017). La voz del sandinismo. Obtenido de <http://www.lavozdelsandinismo.com/nicaragua/2017-06-01/la-ruta-artesanal-nicaragua/>
- EcuRed. (s.f.). EcuRed. Obtenido de [www.ecured.cu/Mozonte_\(Nicaragua\)](http://www.ecured.cu/Mozonte_(Nicaragua))
- Eddy, P. (2009). SCRIBD. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/23507323/6-Capitulo-III>
- El Enciclopedista . (23 de Junio de 2016). Obtenido de <http://www.elenciclopedista.com.ar/metodo-empirico-analitico/>
- Hernández, M. A. (2015). Estudio de Encuesta. Obtenido de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf
- Kotler, P. (03 de 2012). Direccion de Marketing. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/05/182-direccion-de-marketing-philip-kotler.pdf>
- Kotler, P. (21 de 03 de 2012). Direccion de Marketing. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/05/182-direccion-de-marketing-philip-kotler.pdf>
- Kotler, P. (24 de 02 de 2019). SCRIBD. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/193891148/Definicion-de-Marketing-Turistico>

Nicaragua, E. b. (15 de mayo de 2013). El blog del turismo rural en Nicaragua. Obtenido de El blog del turismo rural en Nicaragua: <http://turismoruralnicaragua.blogspot.com/2013/05/pueblo-indigena-de-mozonte.html>

OMT. (s.f.). Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

OMT. (18 de 03 de 2014). Introduccion al Turismo. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Orozco, C. (3 de 12 de 2007). WordPress. Obtenido de <https://carlosorozco.wordpress.com/2007/12/03/historia-artesanal/>

R. Hernández Sampieri, C. F. (2006). Metodologia de la Investigacion . Mexico.

Turistico, E. (26 de 5 de 2017). Entorno Turistico. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

Vogl, R. S. (Julio de 2009). Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales. Obtenido de http://www.bvsde.org.ni/Web_textos/MARENA/MARENA0024/NUEVASEG OVIA.pdf

wordpress.com. (30 de 04 de 2017). Obtenido de <https://eet651produccionartesanaltm.wordpress.com/definicion-y-conceptos-de-artesantias/>

IX Anexos

Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí.

Recinto Universitario

“Elmer Cisneros Moreira”

Departamento de Ciencia, Tecnología y Salud

Estrategias de Marketing para la promoción de las artesanías del Municipio de Mozonte, departamento de Nueva Segovia en el periodo 2018-2019.

ENCUESTA

Cuestionario dirigido a turistas.

Estimados (as), somos estudiantes de 5to año de Turismo Sostenible de la UNAN-Managua FAREM-Estelí, estamos realizando una investigación con el objetivo de Analizar las Estrategias de Marketing para la Promoción de las Artesanía en el municipio de Mozonte, departamento de Nueva Segovia, por lo que le solicitamos nos pueda contestar la siguiente encuesta, ya que de ello depende el éxito de nuestra investigación.

Datos Informativos:

Nacionalidad : _____

Lugar de procedencia: _____ Fecha: _____

Edad: _____ sexo: _____

Instrucciones:

- Marque con una sola X en el paréntesis según corresponda su respuesta

1.- ¿Cuál es el medio elegido por usted para llegar al municipio de Mozonte?

Referencias personales ()

Internet ()

Agencias de viajes ()

Guías Turísticas ()

2.- ¿Con qué frecuencia visita el sector de artesanía de Mozonte?

Primera vez ()

Una vez al mes ()

Cada fin de semana ()

De vez en cuando ()

3.- ¿Cuál es la razón de su visita?

Turismo ()

Negocios ()

Salud ()

Otros _____

4.- ¿Qué le motivó conocer este sector?

Atractivos naturales ()

Recreación ()

Cultura ()

Artesanía ()

Gastronomía ()

Todos los anteriores ()

Deportes ()

5.- ¿Ha tenido la oportunidad de conocer las artesanías de Mozonte?

SI () NO ()

6.- ¿Le interesaría conocer novedosas artesanías y observar su proceso de elaboración?

SI () NO ()

No está seguro ()

¿En caso de realizar sus compras de artesanías que preferiría usted?

Adornos ()

Maseteras ()

Artesanía Utilitaria ()

Otros ()

10.- ¿Cuál de los siguientes aspectos considera importante para acceder a la compra?

Diseño ()

Originalidad ()

Cálidad ()

Todos los anteriores ()

Precio ()

11. ¿Considera que el municipio necesita promocionar un circuito turístico de la elaboración de la artesanía?

12. ¿Es importante para usted la creación de un circuito turístico?

“Gracias por su colaboración”



Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí.

Recinto Universitario

“Elmer Cisneros Moreira”

Departamento de Ciencia, Tecnología y Salud

Investigación Aplicada

Estrategia de Marketing para la promoción de artesanía en el municipio de Mozonte, departamento de nueva Segovia.

ENCUESTA

Va dirigida a Artesanos del Municipio de Mozonte.

Solicitamos su colaboración, ya que somos estudiantes de 5to año de Turismo Sostenible de la UNAN-Managua FAREM-Estelí, estamos realizando una investigación con el objetivo de Analizar las Estrategias de Marketing para la Promoción de la Artesanía en el municipio de Mozonte, por lo que le solicitamos nos pueda contestar la siguiente encuesta, ya que de ello depende el éxito de nuestra investigación.

Datos Informativos:

Lugar de procedencia: _____ Fecha _____

Edad: _____ Sexo: _____

Instrucciones:

- Marque con una sola X en el paréntesis según corresponda su respuesta

1. ¿Cuál es su actividad principal?

Agricultura ()

Comerciante ()

Artesanía ()

Otras _____

2. ¿Qué tiempo lleva usted en esta actividad?

Menos de 1 año ()

Más de 3 años ()

De 1 a 3 años ()

3. ¿Qué artesanías elabora usted?

4. ¿En qué lugares vende su producto?

En el mismo sector ()

Mercados ()

Tiendas ()

Otros ()

5. ¿Cuál es su nivel de ingresos semanal?

0 - \$5 ()

\$21 - \$25 ()

\$6 - \$10 ()

\$26 - \$30 ()

\$11 - \$15 ()

Más de \$30 ()

\$16 - \$20 ()

6. ¿Existe apoyo por parte de los gobiernos locales para el desarrollo de la actividad artesanal?

7. ¿Qué problemas ha tenido en la elaboración de artesanía?

8. ¿Cómo están organizados ustedes los artesanos?

9. ¿Cuál es el aporte económico y social de las artesanías para la población dedicada a esta actividad?

10. ¿Cree que es importante desarrollar esta actividad para la economía del municipio?

11. ¿Considera que se debería innovar en la forma de producción de la artesanía?

12. ¿Existe interés por su parte en saber elaborar novedosas artesanías?

SI () NO ()

¿Por qué?

13. ¿Qué demandas solicitan ustedes como productores artesanos?

Centros de Acopio ()

Promocionar sus artesanías ()

Capacitación ()

Apoyo Gubernamental ()

14. ¿Le gustaría compartir sus conocimientos adquiridos sobre el proceso de elaboración de artesanía?

SI () NO ()

Por qué?

15. ¿Por qué cree usted que en Mozonte no se ha fomentado la artesanía a las nuevas generaciones?

Poco liderazgo de los dirigentes ()

Falta de capacitación en la

Desorganización ()

elaboración de artesanías ()

Desinterés de los Jóvenes ()

Escasa materia prima ()

16. ¿Es importante para usted la creación de un circuito turístico?

17. ¿Considera de importancia la conservación del proceso de producción de artesanía?

“Muchas gracias por su participación”



Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí.

Recinto Universitario

“Elmer Cisneros Moreira”

Departamento de Ciencia, Tecnología y Salud

Investigación Aplicada

Estrategia de Marketing para la promoción de la artesanía en el municipio de Mozonte, departamento de nueva Segovia.

ENCUESTA

Va dirigida a ciudadanos del municipio de Mozonte.

Solicitamos su colaboración, ya que somos estudiantes de 5to año de Turismo Sostenible de la UNAN-Managua FAREM-Estelí, estamos realizando una investigación con el objetivo de Analizar las Estrategias de Marketing para la Promoción de las Artesanía en el municipio de Mozonte, por lo que le solicitamos nos pueda contestar la siguiente encuesta, ya que de ello depende el éxito de nuestra investigación.

Datos Informativos:

Lugar de procedencia: _____ Fecha _____

Edad: _____ Sexo: _____

Instrucciones:

- Marque con una sola X en el paréntesis según corresponda su respuesta

1.- ¿Qué actividad desarrolla usted?

Comerciante ()

Agricultura ()

Estudiante ()

Empleado público ()

Albañilería ()

Otras _____

2.- ¿En qué nivel de desarrollo encuentra usted la actividad artesanal en el municipio de Mozonte?

Alto () Medio () Bajo ()

3.- ¿Por qué cree usted que en Mozonte no se ha fomentado la artesanía a las nuevas generaciones?

Poco liderazgo de los dirigentes ()

Desorganización ()

Desinterés de los Jóvenes ()

Falta de capacitación en la
elaboración de artesanías ()

Escasa materia prima ()

Otros () cual?

4.- ¿Conoce usted alguna institución que brinde apoyo a los artesanos para el desarrollo de su actividad?

Si () No ()

¿Cuál?

6.-¿Estaría de acuerdo que los artesanos elaboren novedosas artesanías para su venta?

SI () NO ()

¿Por qué?

7.- ¿Se involucraría usted en el trabajo artesanal productivo de artesanía?

SI ()

NO (No está seguro ()

¿Es importante para usted la creación de un circuito turístico que involucre la visita a los talleres de artesanías?

“Gracias por su participación.”

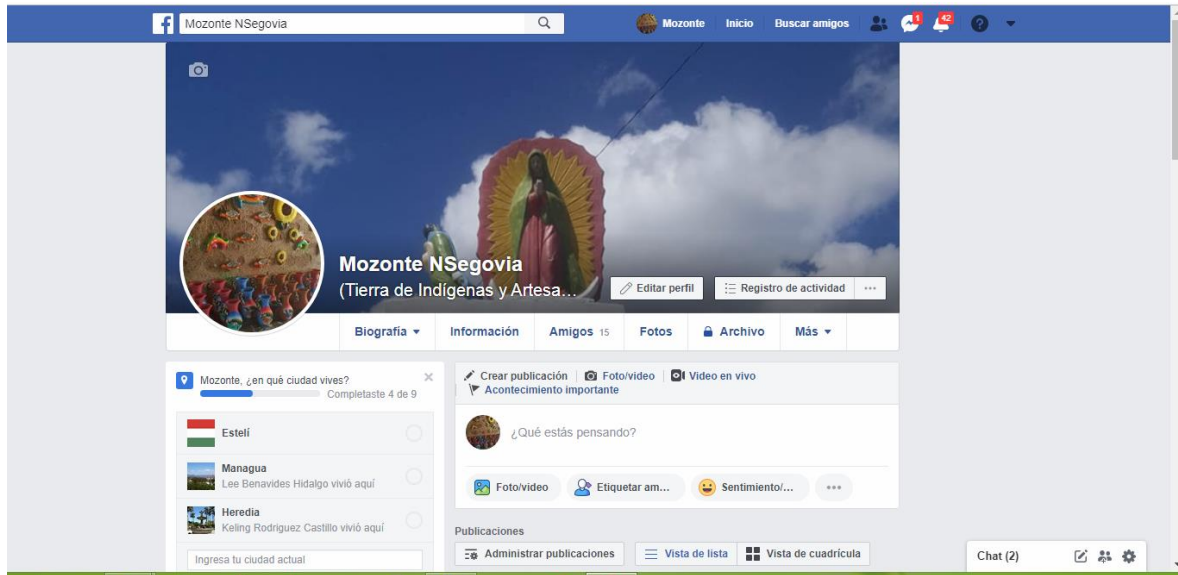


Ilustración 8 perfil de Facebook

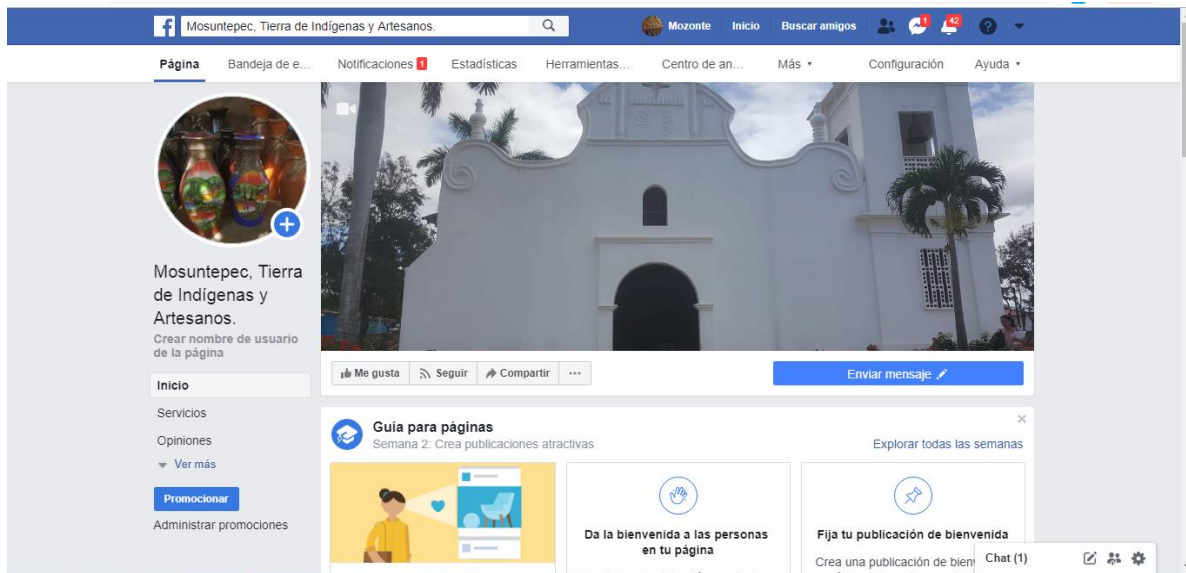
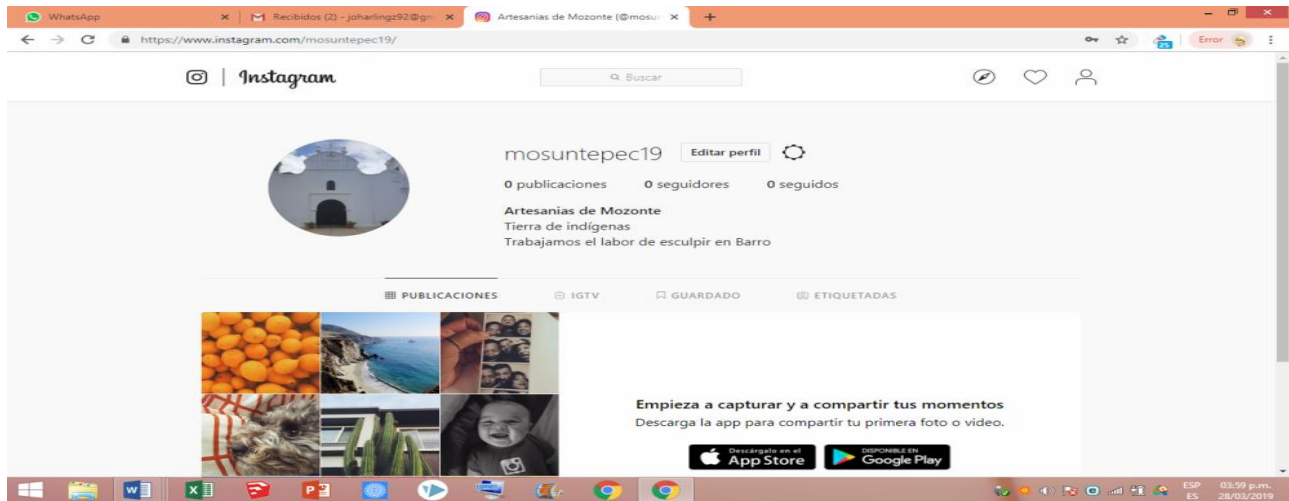


Ilustración 9 página de Facebook



10 Banner Publicitario



11 Perfil en Instagram

A brochure page for Mozote, Nicaragua. The top right corner has the text 'MOSUNTEPEC TIERRA DE INDÍGENAS Y ARTESANOS'. On the left, there is a map of the municipality. Below the map, the text reads: 'El municipio se encuentra ubicado entre las coordenadas 13° 39" de latitud norte y 86° 26" de longitud oeste, a 242 km2, por su extensión territorial ocupa el Séptimo lugar entre los municipios de Nueva Segovia, se localiza a 234 ms. De Managua, Capital de Nicaragua.' In the center, there is a large image of a stone staircase leading up a hill. Below this image is a box with the text 'Búscanos en nuestras redes sociales' and social media icons for Facebook (www.facebook.com/mozonte.ocotal) and Instagram (@Mosuntepec19). On the right side, there are several circular images showing various handicrafts, including pottery and woven items. At the bottom right, the text 'Riqueza Cultural y Tradicional' is displayed.

12 Brochure portada

Estas piezas están disponibles en una gran variedad de tamaños y formas, y además de las que son puramente decorativas, hay también otras de utilidad doméstica como tazas, jarrones, platos.

Se puede observar el municipio y Ocotal El santuario dedicado a la Virgen de Guadalupe ubicado al norte del casco urbano, actualmente se restauró para los feligreses. Y a la vez disfrutar del hermoso paisaje que este nos ofrece.

Esta piezas se realizan con material que tiene por nombre acicula con esto se realizan hermosos, sombreros, pulseras, pendientes y variedad de piezas que se utilizan en la vida cotidiana.

La parroquia de San Pedro Apóstol está ubicada en el centro del municipio cuya construcción se inició en el año 1739. Actualmente posee una colección de objetos religiosos que datan de 1763 y 1788.

13 Brochure parte adentro



Ilustración 14 Circuito Turístico