

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA DE CIENCIAS EMPRESARIALES



FACULTAD: TURISMO

CARRERA : ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

"Turismo Cultural en los Pueblos Blancos o Pueblos Brujos"
(Investigación Dirigida)

Autor : Bra. María Eugenia Baca Castellón

Director: Dr. Alvaro Banchs Fabregat

Managua, 2004

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA DE CIENCIAS EMPRESARIALES



FACULTAD:

TURISMO

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

"TURISMO CULTURAL EN LOS PUEBLOS BLANCOS O PUEBLOS BRUJOS"

(INVESTIGACIÓN DIRIGIDA)

AUTOR:

Bra. Maria Eugenia Baca Castellón

DIRECTOR:

Dr. Alvaro Banchs Fabregat

Managua, 2004

**BIBLIOTECA
U C E M**

Agradecimientos

A todas aquellas personas que de forma incondicional ayudaron a la elaboración de este proyecto en especial a la Arq. Judith Acevedo por su valioso aporte científico.

A Lic. Oscar Acevedo por sus consejos y experiencia profesional.

A mis padres José Antonio Baca Gutiérrez y Olga María Castellón por llevarme de la mano y alcanzar las metas propuestas.

Dedicatoria

A Dios por darme la vida y ser mi guía durante todos estos años que se ven recompensados con este trabajo.

A mis padres José Antonio Baca Gutiérrez y Olga María Castellón por su sacrificio y su ayuda.

A mis hijos por ser fuente de inspiración y aliento para lograr las metas planteadas.

A todas las personas que de una u otra forma ayudaron en la realización del presente trabajo.

ÍNDICE

CONTENIDO

PAG.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN	1
A. SELECCIÓN DEL TEMA	3
B. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
C. JUSTIFICACIÓN	6
D. OBJETIVOS	11

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

A. ANTECEDENTES	
B. INFORMACIÓN GENERAL	16

CAPITULO III. DESARROLLO

DESARROLLO	39
------------	----

CAPITULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO

A. TIPO DE INVESTIGACIÓN	62
B. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	64
C. OPERACIONALIZACION DE VARIABLE	65

CAPITULO V. PROPUESTA

PROPUESTAS	66
BIBLIOGRAFÍA	72
ANEXOS	73

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

Los Pueblos Blancos están ubicados el sur de la Capital Managua Nicaragua comunicadas por la carretera Panamericana. Con una distancia promedio de 45 kilómetros y de 2 kilómetros como mínimo y de 5 kilómetros como máximo, entre cada uno de ellos, compuesto por los municipios de Catarina, Niquinomo, Diría, Diriomo y San Juan de Oriente.

Las costumbres y tradiciones propias de los Pueblos Blancos o brujos hacen de estos una Joya de incalculable valor cultural, mismos que permite que se desarrolle como un atractivo Turístico, donde podremos disfrutar de todo el bagaje e historia de instituciones indígenas, que aún cuentan con organizaciones propias de nuestros ancestros, como es el Concejo de Ancianos, lo mismo que actividades que datan desde la edad de las migraciones procedentes del norte como los HOKANOS conocidos como SUTIAVAS o MARIBIOS; LOS CHIAPANECOS o MANGUES, llamados DIRIANES y confusamente denominados CHOROTEGAS. Estas tribus mayoritariamente proceden de México de la tribu NAHOAS que eran TOLTECAS.

La situación Geográfica de los atractivos turísticos de los Pueblos Blancos o brujos y por estar cercanos a importantes ciudades del país, como Masaya, Granada, Diriamba y Jinotepe, hacen pensar en buenas perspectivas para una ampliación turística y, por ende coadyuven al crecimiento de los municipios y el desarrollo de un turismo diferenciado aun no explotado. Con estas y otras inquietudes y

reconociendo las ventajas culturales, gastronómica y folklórica de los Pueblos Blancos o brujos se considera conveniente orientar el presente trabajo de investigación, hacia el desarrollo cultural sustentable, basado en las características especiales de los Pueblos Blancos o brujos.

Este trabajo comprende 5 capítulos, el Capítulo I expone las características generales de los Pueblos Blancos, respecto a su cultura, folklore, y gastronomía, así como la elección del tema, planteamiento del problema, los objetivos y la justificación.

En el capítulo II describimos el Marco teórico, los antecedentes, así como la información general y la información sustantiva, el capítulo III Desarrollo. En el capítulo IV dedicado al Diseño Metodológico con el tipo de estudio investigado

En el capítulo V Propuestas.

A. SELECCIÓN DEL TEMA

En vista de la importancia que ha adquirido el Turismo en Nicaragua, debido a sus recursos naturales, su riqueza cultural, arquitectónica e histórica y la belleza de sus ciudades se presenta el siguiente tema:

“TURISMO CULTURAL EN LOS PUEBLOS BLANCOS O PUEBLOS BRUJOS”

B. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Nicaragua cuando se habla del turismo se le hace mucho énfasis al turismo convencional y cuando se logra hablar de turismo cultural se habla de León y Granada, hasta hace poco con el nombramiento del nuevo Ministro del instituto de Turismo (INTUR). Lic. Luisa Salazar hemos visto algunos Indicios alentadores para promocionar los pueblos blancos o brujos, promoción que se lleva a cabo pintando de blancos estos pueblos. Las Tour operadoras del país no parecen darse cuenta sobre las bondades del turismo cultural que se podría desarrollar en los pueblos brujos. ¿No entendemos por qué?. Tomando en cuenta esto, se presenta una serie de dificultades para el desarrollo y la comercialización de las costumbres y tradiciones de los pueblos Blancos o Brujos, teniendo claro la carencia de superestructura en la zona, la cual no satisface las necesidades de un servicio de calidad, ya que estas son deficientes y en otros casos inexistentes para el turista, poca o falta total de información disponible en los temas de turismo cultural sobre el sitio potencial propuesto, no existen guías locales especializados, falta de educación por parte de la población para potenciar sus costumbres y tradiciones.

Un problema muy arraigado que se da constantemente son los celos profesionales y el Interés económico. Generalmente cuando se realiza un proyecto investigativo en Nicaragua para el sector turismo, es muy difícil que este se lleve a cabo por falta de apoyo económico por parte del gobierno de Nicaragua, así como tampoco

existen estrategias definidas nacionales de turismo cultural. Es por eso la importancia que tiene el desarrollo del concepto turismo alternativo en nuestro país, ya que esto nos permitirá ofertar una amplia gama de productos turísticos y así lograr atraer a nuevos turistas que vengan a conocer nuestra gastronomía, culturas y tradiciones.

C. JUSTIFICACIÓN

Nicaragua de ciento treinta mil kilómetros cuadrados y de casi cinco millones de habitantes es una de los países más grandes y ricos en manifestaciones culturales populares, su calendario está repleto de fiestas patronales, celebraciones que encierran todo un ritual, símbolos y signos religiosos desembocando en un sincretismo único en el cual aflora la persistencia de lo indígena, acontecimientos guardados en la memoria de nuestros antepasados nunca escritos, toda la transmisión ha sido oral, pero nunca olvidados, estas costumbres han llegado a pervivir hereditariamente y luego son reflejadas en los días de la celebración religiosa. A la par de la devoción por la imagen, el pueblo va con sus ofrendas florales, sus promesas se pagan con objetos pequeños de oro y plata y con racimos de frutas, colocados en una enramada, esta particular costumbre es de los pueblos blancos o pueblos brujos SAN JUAN DE ORIENTE, CATARINA, NIQUINOHOMO, NANDASMO, MASATEPE Y DIRIOMO.

El hombre, la mujer, el niño y el anciano son las protagonistas en las fiestas, bailan, cantan y rezan. La comida y la música son elementos indispensables en estas manifestaciones, así mismo, forman parte de la festividad los desfiles hípicas, las corridas de toros y los estridentes chinamos, chelineros o tarantines, Esta costumbre del chelinero es por el pago de cada pieza musical en chelín o 25 centavos, actualmente se cobra un Córdoba.

La mayoría de las fiestas tienen su comité, por la general estas juntas directivas están integradas por reconocidos personajes devotos de la imagen y con poder económico. Son los encargados de impulsar cada aspecto de la fiesta, en los pueblos blancos o brujos se les llaman cofradías, quiere decir hermandad, aquí eligen un mayordomo, cofrade, pajaritero, titante, etc. Cada uno de los componentes de juntas o cofradías se responsabilizan de la logística como de la pólvora, música, comida, propaganda entre otras.

Cada fiesta tiene sus propias características, semejanzas y variantes, por ejemplo no hay alguna fiesta que tenga un solo día de celebración, por lo menos son tres días y lo máximo tres meses, la mayoría la acompaña la música de banda, música de viento, conocida como música de chicheros o de filarmónica, ejecutan sones populares y salves

En los pueblos blancos estas manifestaciones tradicionales están acompañadas por disfrazados (bailantes), llegan a constituir un grupo característico de la festividad, en su mayoría son promesantes, la similitud en las comidas y bebidas típicas es otra característica, todas las celebraciones tienen una misa solemne, en algunos pueblos todavía les dicen función, la misa es llevada a efecto por el sacerdote del pueblo o del obispo de la Diócesis. En Diría y San Juan de Oriente no acostumbran las corridas de toros, la fiesta tiene por atracción principal los duelos callejeros de los promesantes; la astilla y la coyunda truenan en toda la fiesta.

Comidas y bebidas típicas

Es tradicional que en los pueblos blancos o brujos, dar comidas y bebidas a los promesantes y visitantes a sus fiestas.

En las mayorías de los casos, la comida y bebidas se parecen entre sí, las mayorías se derivan del maíz.

Por lo ante expuesto es que decimos que el Turismo Alternativo es una herramienta potencial aun no-descubierta en todas sus bondades que esta tiene, como factor de desarrollo de las comunidades más pobres del país, y en este caso tratamos de llamar la atención de los organismos públicos y privados para darle un mayor impulso a esta clase de turismo que se denomina turismo alternativo cultural.

Y se torna de urgente necesidad establecer estrategias para promocionar nuestras costumbres y tradiciones, y así estar en una mejor posición de manejo para beneficiarse da los turistas, y beneficiar al turista para que lo conozca a partir de experiencias únicas e irrepetibles.

En otras palabras iniciar en forma ordenada, regulada y controlada, el desarrollo del turismo cultural como fuente productora y promotora del movimiento económico del país.

De acuerdo a las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo esta creciendo a razón del 35% al 5% anual. De esta tasa de crecimiento el 10% corresponde al turismo alternativo. (Ecoturism Statiscal fact Sheet).

Es predecible el desarrollo del potencial del turismo cultural en el área de estudio con el fin de proponer, incentivar y promocionar esta actividad en Nicaragua. El plan dará a conocer propuestas para desarrollar la actividad del turismo alternativo de dicha área, ya que es un atractivo turístico conservado naturalmente, muy poco conocido, y con enorme deficiencia respecto a la superestructura turística.

Otros de los beneficios que genera nuestro plan si se lleva a cabo es el aumento de ingresos que permita en forma directa la conservación de los atractivos de la zona estudiada, además servirá para fomentar un sistema de desarrollo sostenible, esto con el fin de proporcionar beneficios a las comunidades receptoras, ya que por medio del plan se incrementará las fuentes de empleos para la población local. El plan turismo cultural en los pueblos brujos servirá de promotor para que inversionistas, entidades públicas y privadas ligadas al sector turístico inviertan en los pueblos blancos.

Los nicaragüenses en general, por un sinnúmero de razones, no tenemos la costumbre de hacer turismo en nuestro propio país. Entre estas causas podemos señalar: 1. bajo nivel cultural de nuestra población y la mala política educativa, a nivel general. Cada año son más los niños que se quedan fuera del ámbito educativo. Sumado a esto, la calidad de la educación es seriamente deficiente ya que hay un desconocimiento general de la geografía del país. 2. poca y nula la promoción de nuestras riquezas culturales. Tanto a nivel nacional como internacionalmente. 3. los conflictos armados han sido una de las causas de que la

población emigre al extranjero e prefiera hacer turismo fuera del país debido a la inseguridad ciudadana imperante. 4. Desarraigo Cultural. Los padres no transmitimos nuestra cultura a los hijos. Se esta perdiendo la identidad cultural ante el avance de costumbres que no son las nuestras.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los principales factores y manifestaciones de los problemas culturales o sociales.
2. Preparar un plan para mejorar las condiciones de los pueblos indígenas, en especial con el fin de elevar a los niveles necesarios de vida.
3. Elaborar un Plan de Formación y Publicación Turística para los pueblos indígenas.

D. OBJETIVOS

1. OBJETIVO GENERAL

> Desarrollar un plan de turismo cultural de los pueblos blancos, con el fin de mejorar la calidad de vida de la población local

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los atractivos turísticos y determinar las características de los pueblos blancos o brujos.
- Proponer un plan para mejorar las condiciones de los pueblos blancos o brujos con el fin de atraer a los turistas nacionales y extranjeros.
- Elaborar un Plan de Promoción y Publicidad Turística para los pueblos blancos o brujos.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

A. ANTECEDENTES

Los primeros pobladores de los pueblos blancos eran los Chorotegas como la mayoría de los pobladores de Nicaragua. Los Chorotegas que poblaron los llanos del pacifico del país, se llamaron Nagrandanos y los que habitaron las alturas Dirianes, estos últimos son los que poblaron los pueblos blancos Masatepe, Niquínohomo, Monimbo, Diría, Catarina y otros pueblos Namotivas.

Los primeros documentos históricos que se conocen sobre estos pueblos, son las crónicas de Gonzalo Fernández de Oviedo y Valdés, quien visitó la zona de Masaya en Julio de 1529.

Según estos documentos en esta zona vivían mas de 100 mil aborígenes, siendo su jefe el cacique NACATIME quien al bautizarse al cristianismo tomo el nombre de Francisco de quien se dice fue un gran piscicultor que lleno la laguna de Masaya de numerosas variedades de peces.

CATARINA: Componente de los pueblos blancos tiene su origen de los Dirianes asentados en esta región, iniciándose así la comunidad denominada actualmente Catarina, cuyo nombre se debe a la venida de la imagen de Santa Catalina de Namotiva que en lengua náhuatl significa. "hermanos (a) o vecinas" (Revista AMUNIC Pág. # 5)

DIRÍA: No existe documento alguno sobre la fecha de fundación del pueblo. El nombre de Diría significa en lengua Mangué «colina o altura» el cual corresponde

a la ubicación geográfica de sus primitivos pobladores, ubicados en las inmediaciones de la laguna de apoyo. (Revista AMUNIC Pág. 6).

NIQUINOHOMO: El nombre es de origen Lingüístico de las Chorotegas o mejicanos, de los vocablos "Neck guerrero y Nahome" valle, o sea NIQUINOMO significa valle de los guerreros, razón que hace suponer que en tiempos remotos el territorio fue asiento de un pueblo guerrero y rebelde. Muchas de sus antiguos pobladores formaran parte del aguerrido ejercito que combatió al expedicionaria español Gil González Dávila, al mando del valeroso cacique y caudillo indígena Diriangen en 1522, por la ley del 19 de Febrero de 1970 durante la administración presidencial del general Fernando Guzmán, el municipio mantuvo el nombre original de NIQUINOMO.

Años mas tarde, durante la administración presidencial del Ingeniero Luís Somoza Debayle, por la ley del 24 de Agosto de 1962 se le confirió el titulo de ciudad con su actual nombre de NIQUINOMO (Revista AMUNIC Pág. 4)

SAN JUAN DE ORIENTE: y las pueblos vecinos de Catarina, Nandasmo, y posiblemente otros pobladores indígenas desaparecidos, eran conocido desde comienzo de la época colonial como pueblos Namotivas, que en lengua Nahuatl de origen mejicano quiere decir hermanos vecinos.; ese nombre antiquísimo debió corresponder al de la región de asiento de varios pueblos o parcialidades indígenas inmediatas. Los pueblos Namotivos se caracterizaron por ser grandes fabricantes de cerámica y esculturas de piedra, que lamentablemente fueron

influenciadas por escuelas de otros países, con marcadas tendencias en colorido y dibujo de la cerámica mejicana. De los antiguos pueblos Namotivos todaza subsisten Niquinomo, Nandasmo, Catarina y San Juan de Oriente (Revista AMLNC Pág. 5)

NANDASMO: Esta descende de la tribu chorotega de origen náhuatl, fue una de las más importantes que poblaron nuestro país, en tiempos de nuestros indígenas. Los primeros pobladores que se asentaron en el Municipio de Nandasmo venían en busca de un lugar seguro y confortable ya que huían de la erupción del volcán Santiago.

Es así como surge NANDASMO que en lengua Chorotega significa «junto a los arroyos» y en Náhuatl «lugar arenoso» sin embargo para llegar a oficializar el nombre actual se tuvo que pasar por otro nombre como Villa de la paz y Villa de San Pedro

MASATEPE: Es uno de los pueblos más antiguos, su existencia data desde épocas aborígenes. Sus antiguos pobladores pertenecieron a la tribu de los Dírianes cuyo nombre significa "Hombre de las alturas" o las montañas El nombre de Masatepe es originario del idioma Chorotegano o más bien del idioma Nahualtaca o antiguo Mejicano Esta formado por las voces: masatl, que significa: Lugar donde hay venados o lugar de los venados.

La tribu náhuatl que habito este territorio fue la de los darianes, concentrados en las partes altas alrededor de la laguna de Masaya. En la actualidad en estos

mismos lugares existen personas con marcados rasgos indígenas, principalmente en las comarcas: El Arenal, La Sabanita, El Pochote y Nimboja, en el sector urbano en el barrio Jalata. Según relatos del Obispo cronista de Nicaragua, Fray Agustín Moral de Santa Cruz, en 1751 Masatepe era un poblado indígena y ocupaba la misma planicie o llano que ocupa ahora.

El poblado comprendía unas 100 casas o ranchos de paja. Su progreso se inicia en los comienzos del presente siglo con el establecimiento de servicios básicos en la ciudad como: Agua potable, alumbrado público de kerosén, y otros servicios que dieron pauta para un mayor desarrollo. No se tienen datos específicos de la fundación del municipio ni de cuando fue erigido a pueblo o villa. A comienzo da 1996 Masatepe fue elevada a categoría de ciudad, como podemos apreciar, la conformación de los pueblos blancos es de origen y cultura netamente aborígen, la cual se mantiene con algunos ritos de corte religioso como es el entierro de los difuntos, su cultura gastronómica, no ha tenido muchos cambios, los que los convierten en un producto turístico interesante (turismo cultural) sus fiestas patronales también conservan un estilo indígena muy particular.

B. INFORMACIÓN GENERAL

Siendo el turismo un fenómeno social que surge en la mitad del siglo XX con grandes e importantes repercusiones económicas, y tratándose de un sector de enorme trascendencia a nivel mundial con un movimiento económico que supera los trescientos mil millones de dólares Estos datos nos demuestran la importancia del turismo como pujante fuerza económica con una tendencia continua al crecimiento en general. En países tercermundistas, este fenómeno se produce sin control como consecuencia de la escasa planificación, lo que ha llevado a una evolución desordenada que a dado lugar en numerosos casos al deterioro de atractivos turísticos. El turismo debe considerarse como un bien que hay que desarrollarlo tomando en cuenta los sectores involucrados y, refiriéndome a las comunidades locales donde se lleva a cabo este fenómeno e impulsar su desarrollo integral y no dejar de lado la necesidad de un turismo sostenible y compatible con las costumbres locales.

El sector privado no parece haberse dado cuenta de las diferentes formas de hacer turismo sin destruir el medio ambiente a través del creciente turismo verde y que existe una demanda cada vez mayor por parte de los consumidores en una oferta diferenciada.

El turismo cultural permite un vínculo de interrelación entre el turismo y las comunidades locales haciéndose cada vez más necesario, por cuanto esto

permite la creación de puestos de trabajo directos e indirectos y el desarrollo de las comunidades receptoras.

Las tradiciones culturales de los pueblos blancos debe ser entendido como el capital fijo que genera unos determinados créditos.

Pero la cantidad de estos créditos que son los beneficios turísticos está condicionada a la comercialización del folclore y tradiciones culturales a nivel internacional como circuito folclórico cultural.

EVOLUCION DEL CONCEPTO DE TURISMO

Es necesario la concertación de los sectores públicos, privados y comunitarios en el desarrollo del turismo cultural. La intervención de las instituciones académicas y de investigación debe aportar insumos tanto para la operación como la administración de las áreas culturales donde se realicen operaciones de turismo cultural.

Las organizaciones no gubernamentales (ONG) de auto ayuda y de cooperación internacional cumplen un importante papel de soporte a la gestión y vigilancia de los usos turísticos de las áreas culturales.

En la mayoría de los países donde se ha desarrollado el turismo cultural alrededor del mundo, no solo sirve como soporte económico, si no también como valorizar nuestra cultura. El crecimiento acelerado de la oferta de servicios se produce por impulso de la demanda sin planificación, la cual produce fricciones con los encargados de la gestión y manejo de los territorios destinados y declarados

patrimonios culturales de la Nación. También se han provocado conflictos de uso de los recursos y del espacio con los pobladores locales normalmente no considerados como beneficiarios del patrimonio cultural.

El desarrollo turístico debe ser una herramienta para contribuir a la conservación de las áreas culturales tanto aquellas protegidas por el estado por decreto, como otras que, existiendo, están sin estar, ya que en vez de potenciar la cual, se toman medidas contra ella disminuyendo las asignaciones presupuestarias.

El turismo cultural ha ido evolucionando a medida que se desarrollan los pueblos en sus economías. Prueba de esto es MÉXICO quien a través de la divulgación ha redescubierto toda una historia de sus orígenes del pueblo MAYA, la cuál comercializan, provocando un mejoramiento del nivel de vida de las comunidades receptores y valorando su cultura.

Efectos del turismo cultural sobre el desarrollo del país. Actualmente no existe ningún tipo de efecto sobre el desarrollo turístico del país, ya que no existe ninguna entidad privada ni pública interesada en promover un turismo cultural para beneficiar al país y a las comunidades.

Una vez que exista el interés de invertir en el turismo cultural se podrán tener efectos los cuales van a ser intangibles como:

Promoción de la cultura del país.

Efectos de identidad Nacional

Mejor salud.

Mejoramiento de la economía provocando el desarrollo del país, legando a tener un efecto integral

CONCEPTO DE TURISMO CULTURAL

En las dos últimas décadas los conceptos y criterios de selección de los sitios y objetos que poseen carácter patrimonial, natural o cultural, han variado sensiblemente, del hecho excepcional, único, sacralizado, aislado, momificado, apropiado solo por algunos especialistas biólogos, conservadores, arquitectos, museólogos, antropólogos se pasa a la comprensión holística del patrimonio. Ya no se atiende solo lo que respecta a su identificación, clasificación y conservación, sino también en su comprensión contextualizada, su valoración y con la apropiación colectiva de una comunidad que lo soporte.

La nueva concepción supone una definitiva ruptura de conceptos tradicionales:

Del concepto de parque nacionales, espacio con límites específicos, que mira hacia dentro sin importar lo que rodea, se pasa al concepto de ecología integral, extrovertido, que promociona la conservación puertas afuera, a fin de garantizar su propia supervivencia.

Del concepto de Monumento, donde se valoraba solo sus atributos históricos y estéticos y su carácter excepcional, se pasa al concepto de «Patrimonio Edificado», donde los atributos que se consideran son muchos más amplios y diversos que los formales y estéticos, relacionando el bien estrechamente con la identidad local y la comprensión del objeto como documento histórico.

Del concepto de museo, como sarcófago de objetos ilustres a ser observado por elites ilustradas, se pasa al concepto de Museo como instrumento de comunicación entre patrimonio y el público a través del objeto.

Del concepto fosilizado de la manifestación cultural y de su contraparte, el espectáculo folklórico edulcorado, se pasa al reconocimiento de la validez ancestral de la manifestación, su valor como herencia colectiva y la necesidad de un dialogo abierto con la contemporaneidad.

La prioridad dada a la conservación preventiva sobre la acción interventiva de la restauración pone igualmente de manifiesto los cambios producidos. Ellos obligan a desarrollar a profundidad y mayor amplitud la labor de investigación del Patrimonio e igualmente conduce a una más amplia y mejor difusión, con diferentes lenguajes a su número cada vez mayor de público. Es este conocimiento de los atributos del patrimonio. Sus potencialidades y sus riesgos. Lo que permite un mayor disfrute y lo que asegura, en última instancia la permanencia del bien.

Esta visión integral del patrimonio, obliga igualmente a los representantes de la empresa turística, a conocer, reconocer los potenciales y riesgos de los insumos del patrimonio cultural y natural que utiliza para confeccionar los productos turísticos.

Esta visión integral del patrimonio, obliga igualmente a los representantes de la empresa turística, a conocer, reconocer los potenciales y riesgos de los insumos

del patrimonio cultural y natural que utiliza para confeccionar los productos turísticos.

El patrimonio cultural de una sociedad esta constituido por todas aquellas manifestaciones materiales y espirituales que han sido conformadas a lo largo de su historia que poseen valores que deben ser conservados, que forman o han formado parte de la vida cultural de la comunidad y lo que es mas importante que forman o puedan formar parte de su identidad, entendida ésta como conciencia colectiva de dicha sociedad.

¿Qué se valora?

¿Quién valora?

¿Cuál son los criterios de valoración?

VALOR ESTÉTICO: Componente socio-históricos establecen sus patrones y escala sus patrones de valoración son UNIVERSALES y por ellos generalmente ajenos a la comunidades. Son señalados por especialista, quienes desde fuere de la comunidad establecen su calificación.

VALOR HISTÓRICO: Alto contenido ideológico y política. Se corresponde con valores nacionales, es una estructura rígida de calificación; generalmente están relacionados con la Historia Oficial adquiriendo un carácter sacro.

VALOR ECONÓMICO: El bien adquiere carácter de mercancía en el mercado nacional o internacional, el cual establece su calificación económica. Esta

condición tiende a promover los cambios de propiedad sobre el bien, pasando al valor de cambio a ser superior al valor de uso.

VALOR CIENTÍFICO: El bien es preservado para investigaciones, siendo este fin acreditado como "superior". El objeto es aislado, protegido y almacenado a fin de satisfacer la futura demanda de conocimiento que sobre el surges.

VALOR SOCIAL: El bien es sub.-valorado por formar parte de la vida diaria, dándosele calificación sólo cuando esta en peligro de extinción o desaparición física. El bien sólo es valorado cuando adquiere carácter de excepcional. El bien es enfrentado a nuevos valores o bienes, lo que lleva a su desincorporación como objeto de uso, o como costumbre, con una carga negativa.

¿CÓMO VALORAR? Se requiere una re-lectura de los bienes culturales, a través de la realización de un inventario con la participación de la comunidad, que permita reconocerlos y revalorarlos; para con ellos asegurar su preservación en el seno de la comunidad socialmente responsable. (UNESCO – Orcalac Ciró Caraballo Perichi.)

TURISMO CULTURAL, SU PAPEL EN LA CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS CULTURALES

Encontramos beneficios del turismo cultural en las áreas siguientes:

Económicamente: Es un negocio significativo.

Culturalmente: Es un instrumento para defender la conservación de nuestro Patrimonio cultural.

Socialmente: Permite mejor que otro tipo de turismo tener un acercamiento cultural con los pueblos visitados.

En síntesis es la explotación económica no destructiva y además enseña como conservar nuestra cultura en el estado más natural posible, ya que como enseña el Dr, FREDERICK W. LANGE Asesor, Instituto Nicaragüense de Turismo. Los recursos culturales no son renovables y son frágiles.

La concepción del turismo cultural emerge al interceptarse dos tendencias independientes:

LA PRIMERA ES: El reconocimiento de la importancia que tiene conservar y descubrir nuestra verdadera identidad, lo mismo que explotarlo turísticamente a partir de un manejo creativo sostenible de los recursos culturales, hacia formas de uso que promuevan la viabilidad económica de las zonas con más presencia de Sitios Arqueológicos, Construcciones, Petroglifos, Etnias, Idiomas, Costumbres y tradiciones.

LA SEGUNDA TENDENCIA ES: Es el cambio en los gustos y preferencias de los turistas de las formas de aprovechamiento de su tiempo libre de calidad y ampliamente participativo.

Hay que señalar que la actividad turística y recreativa en zonas con más presencia cultural es un fenómeno que no se le ha dado la importancia requerida para explotarlo turísticamente, ya que existe experiencia en otros países de formas de vender tradiciones y costumbres como un buen producto turístico.

ORDENAMIENTO Y GESTIÓN DEL TURISMO EN LAS ZONAS CON ATRACTIVOS CULTURALES VIABLES PARA DESARROLLAR EL TURISMO CULTURAL.

El desarrollo turístico en zonas con potenciales culturales debe fundamentarse en principios de ordenamiento y administración de los componentes espaciales, materiales y operacionales que intervienen en el mismo desarrollo. La condicionante para este desarrollo es la definición de las funciones de los espacios conservados y ambientes espaciales, así como también establecer las opciones de desarrollo en función de criterios de escala y límite de crecimiento, aplicables al uso de los recursos y a la capacidad de carga que puedan soportar.

La gestión del turismo cultural implica un proceso integral que si inicia en la planificación y esta acompañado por procesos de monitoreo y formulas de realimentación. El desarrollo de este tipo de turismo debe estar encaminado hacia la conservación del patrimonio cultural de una localidad o región, realizando la existencia de una unidad cultural valorada por un uso no consuntivo, matizada por elementos diferenciadores de carácter histórico social.

Se resbala la necesidad de fundamentar el desarrollo turístico en la planificación y dotación de be estructuras de gestión necesarias para lograr las mejores condiciones de sostenibilidad y permanencia en el mercado. El establecimiento de políticas y estrategias de turismo de decisión, así como la definición de programas

particularizados para el manejo de visitantes en las áreas protegidas, son cuestiones claves para impulsar el desarrollo turístico.

La consolidación de a demanda internacional por turismo cultural debería alertar al sector público y al sector privado en investigar zonas con claros indicios arqueológicos y tener mejor oportunidades de desarrollo.

ACTORES Y USUARIOS DEL TURISMO CULTURAL

Es necesaria la concertación de los sectores públicos, privados y comunitarios e impulsar el desarrollo del turismo cultural. Las instituciones académicas y de investigación, deben aportar insumos tanto para la operación como para la administración de las breas con atractivos culturales.

Las Organizaciones no Gubernamentales (ONG) las Organizaciones de Auto Ayuda (OAAS) y de Cooperación Internacional cumplen un importante papel de soporte a la gestión y vigilancia de los usos turísticos de las breas protegidas.

En la mayoría de los "desarrollos de turismo cultural" alrededor del mundo, el acelerado crecimiento de la oferta de servicio se produce por impulso de la demanda, sin planificación, lo cuál produce fricciones con los encargados de la gestión y manejo de los Territorios destinados a la conservación. También provoca conflictos de uso de los Recursos y del espacio con la comunidad receptora.

El desarroPo turístico debe ser tete herramienta para contribuir a la conservación.

POR QUÉ EL TURISMO CULTURAL

Turismo Cultural que por si sólo dice el tipo de actividad que proponemos, donde prometemos, fascinación, conocimiento, contacto directo con nuestro pasado y cultura, gastronomía y tradiciones religiosas, el Güegüense o Macho Ratón, nuestro folklore y un sin numero de actividades únicas en nuestro país, que no son aun explotadas por falta de desarrollo y comercialización, lo que reunirían un buen producto turístico, distinto e interesante que tratar, los que manejan operaciones de turismo, tendrían nuevos destinos y un enganche publicitario para ventas fáciles.

LOS DESTINOS.

Fiestas patronales y sus actividades propias de éstas, monumentos y petroglifos en las zonas histórica natural, costumbres y folklore, casas históricas como le casa donde nació Augusto Cesar Sandino en Niquinohomo.

- Se desarrolla principalmente en ciudades con contenido histórico.
- Tiene un carácter educativo.
- Requiere de una adecuada organización para no poner en peligro la integridad física del turista.
- Los participantes en este tipo de opciones prefieren la mayor libertad posible.
- Son grupos que requieren y reclaman el mayor contacto posible con los pobladores locales para conocer sus costumbres y culturas.

- No se requiere grandes y sofisticadas construcciones de alojamiento para sí que las existentes sean confortables y sobre todo limpias.

MERCADO DEL TURISMO CULTURAL

El turismo basado en la cultura hasta cierto punto es un Turismo Especializado, el cuál requiere un manejo diferenciado, este tipo de turismo es un mercado para gente adulta, por lo cuál necesita vender realidades no sueños; ya que la mayoría de este tipo de turismo es motivado por el interés investigativo, como las personas interesadas en la arqueología, ciudades históricas, antropología, arte, viajes culturales, etc.

Análogamente, aquellos viajeros tradicionalmente (no especializados) que no realizan un turismo cultural podrían iniciarse con viajes de corta tradición y generalizados, para más apegado a la cultura para finalmente llegar a obtener un nuevo viajero cultural.

EL CONSUMIDOR

El consumidor tiene una amplia gama de objetivos entre ellos el aprendizaje, existiendo entre los distintos viajeros turísticos diferentes modalidades y enfoques de aprendizajes. Algunos de los visitantes buscan conocimiento y elevación espiritual a través de obtener más conocimiento para su ego personal, otros desearán tener acceso a servicios interpretativos o servicios más organizados mediante los cuales podrán mejorar sus conocimientos de la historia cultural de cada sitio visitado.

Otros quieren tener libertad de seleccionar sus actividades de aprendizaje de acuerdo a un nivel de conocimiento o campo de interés.

TIPOS BÁSICOS DE CONSUMIDOR

De corazón (hard core): investigadores, científicos o viajeros con una alta motivación a la investigación científica que participan en tours diseñados con orientación científica y educativa.

- Dedicados. Aquellas personas que realizan viajes específicamente para visitar áreas específicas y que desean adquirir conocimientos sobre la historia cultural de los sitios que visitan.
- Convencional Turista que visita un sitio por que ya lo conocen o por propia experiencia o por que un amigo se lo recomendó.
- Casuales. Turistas que visitan áreas culturales simplemente porque estas forman parte del itinerario de un viaje de interés de carácter general.

DEMANDA Y OFERTA.

Las actividades correspondientes encargadas de promover el turismo cultural deberán orientarse hacia el doble aspecto que constituye por un lado la demanda de destinos y servicios de turismo cultural y por otro lado la oferta de esto.

Hay que recordar que todo destino cultural está en competencia con otros destinos culturales, el turista siempre ejercerá su libertad de elección al visitar tal o cual sitio y seguramente compare las ventajas y desventajas específicas en cuanto a calidad y cantidad de los atractivos así como de los servicios que ofrecen.

- Dependencia de la demanda
- Motivación para viajar
- Axiología.
- Intereses y actividades específicas
- Resistencia Física.
- Factores generales de estilo de vida.
- Interés público de primera mano culturas y costumbres lo cual los impulsa a realizar viajes de conocimiento y exploración.
- Mejorar le condición física.
- Tener mayor interacción social.
- Tener experiencias emocionantes.
- Tener un mayor conocimiento de uno mismo y huir de los espacios urbanos apretados.

LO QUE DEMANDA EL TURISMO CULTURAL.

- Culturas antiguas
- Estatuaria.
- Gastronomía.
- Centro interpretativo
- Servicios Higiénicos.
- Tratamiento de desechos.
- Alojamiento.

- Primeros auxilios
- Acceso para minusvalidez.
- Combustible requerido para vehículos y embarcación.

La demanda va a depender también de los precios que se le brindan al consumidor por lo por lo cual resulta interesante el establecimiento de precios diferenciales (Cobrando mas caro al turista extranjero que al nacional).

En cultura el valor del recurso es más importante que el precio.

Razones por la cual se ofertan viajes culturales a nivel mundial como servicio preferente:

Para familiarizarnos in situ con los sitios protegidos donde se llevan diversos proyectos de conservación.

Viajes con fines de educación e Interpretación.

Estas ofertas son atractivos paquetes integrados dentro del creciente mercado mundial de servicios culturales a los que incluyen servicios de educación e interpretación.

TIPO DE OFERTAS.

Focales: Están constituidos por los recursos y tributos mas atrayentes que posee un área de carácter cultural. Los atractivos focales culturales turísticos pueden parecer lugares comunes para los residentes locales, complementarios y de Apoyo. Son de categoría intrínseca menor y no constituyen suficientes atractivos

- Primeros auxilios
- Acceso para minusvalidez.
- Combustible requerido para vehículos y embarcación.

La demanda va a depender también de los precios que se le brindan al consumidor por lo que resulta interesante el establecimiento de precios diferenciales (Cobrando mas caro al turista extranjero que al nacional).

En cultura el valor del recurso es más importante que el precio.

Razones por la cual se ofertan viajes culturales a nivel mundial como servicio preferente:

Para familiarizarnos in situ con los sitios protegidos donde se llevan diversos proyectos de conservación.

Viajes con fines de educación e Interpretación.

Estas ofertas son atractivos paquetes integrados dentro del creciente mercado mundial de servicios culturales a los que incluyen servicios de educación e interpretación.

TIPO DE OFERTAS.

Focales: Están constituidos por los recursos y tributos mas atrayentes que posee un área de carácter cultural. Los atractivos focales culturales turísticos pueden parecer lugares comunes para los residentes locales, complementarios y de Apoyo. Son de categoría intrínseca menor y no constituyen suficientes atractivos

como para que los turistas culturales se trasladen a grandes distancias para conocerlos.

Ejemplo de Ofertas a nivel mundial. En un parque en Estados Unidos, los servicios interpretativos tratan temas tan controvertidos como el día de la esclavitud. Los temas mas frecuentes tratados son sin embargo, los diversos procesos ecológicos, descripción de la flora y faunas locales y geografía regional. El Instituto Regional de Antropología e Historia (Ciudad de México) ofrece paseos organizados con expositores especializados en cada paseo. Estos implican un viaje, un cambio de ambiente con el propósito de disfrutar un lugar bello e interesante con importancia arqueológica, etnológica, histórica, artística y geográfica, estos elementos cuentan con expositores especializados en el tema y el lugar.

Por otro lado sé esta estudiando la idea de ofrecer tarifas integrales, permitiendo al viajero comprar un billete que le permita el acceso a todo el sistema nacional de parques.

Para que exista una demanda y oferta aceptada debe haber una promoción, incluyendo variedad de estrategias basadas en publicidad, difusión y relaciones públicas.

PROMOCIÓN TURÍSTICA.

Definición.

La promoción es elemento principal en la mezcla de Marketing, por que sirve para informar, persuadir, recordar al mercado la existencia sobre producto. (Promoción turística, un enfoque metodológico.(Miguel A. Acerenza).

La promoción es en su más amplio concepto una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos por el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica (Introducción al Turismo, Ortigoza y Gómez, Arreola, establecen este concepto de promoción turística, PP 99).

Las objetivos principales del plan de promoción servirán para fortalecer los efectos de la publicidad, llamar la atención de los clientes o consumidores para que visiten puntos de interés, así como también se utiliza la publicidad en la temporada baja que va entre los mese de marzo, abril, julio y noviembre.

PROPÓSITO DEL PLAN DE PROMOCIÓN

Informar: Que el intermediario, el consumidor y el detallista tengan conocimientos del producto que ofrece el mayorista.

Persuadir: Por la competencia que existe en el mercado es necesario aplicar una presión sobre los programa promocionales del Sitio cultural, este es un sitio que se ha creado para satisfacer las necesidades de un turismo cultural.

Este requiere de una intensa promoción para persuadir a los turistas que visiten el lugar ya que existen varios lugares con el propósito de atraer a este tipo de visitante.

Recordar: Se tiene que recordar a los visitantes la disponibilidad del sitio cultural y el potencial del mismo, esto es con la finalidad de atraer nuevos clientes y establecer un mercado.

La publicidad es un elemento de comunicación masiva de la mezcla promocional y define como todas aquellas actividades de comunicación no personal, pagada mediante las cuales se dirigen a las personas mensajes visuales y orales en medios masivos con el propósito de informarles e influir sobre ella, para que compren productos o servicios.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA PUBLICIDAD

Publicidad pagada

Es realizada por un patrocinador identificado (Promoción Turística, un Enfoque Metodológico. Acerenza, Miguel A. PP 42,43)

Medios publicitarios

La prensa constituye un sistema de publicidad dirigido de forma especial al individuo aislado. Desde el punto de vista del mecanismo de acción, el anuncio en este medio actúa por persuasión y sugestión de docilidad,

Ventajas

Los anuncios tienen cierto prestigio.

Cada ejemplar es leído por varias personas.

Si circulación es más o menos amplia.

Desventaja

Los anuncios pequeños tienen oportunidad de ser vistos.

Las posibilidades del anuncio se ven limitadas por el papel empleado.

Radio

Es el vehículo más rápido e intenso de las comunicaciones humanas de hechos e ideas. Desde el punto de vista de la publicidad se considera como un medio dirigido exclusivamente al individuo y no a la multitud. Es un medio de gran alcance, pero el mensaje es captado de manera individual. En Nicaragua y en particular en los Pueblos Blancos, la radio tiene gran importancia debido a que en éstos no hay televisión por cable y el uso de la radio se vuelve indispensable.

Ventajas

Los anuncios se pueden hacer muy oportunamente y pueden ubicarse con frecuencia.

El anuncio llega a un número de personas no importa que sepan leer o no. Ofrece tardo alcance nacional como local.

Desventajas

Es un medio relativamente expansivo y debe ser utilizado en gran escala. El mensaje radial debe ser percibido inmediatamente o se pierde para siempre. El mensaje radial no puede ir acompañado de imágenes.

Televisión

Es uno de los medios más modernos. La característica principal es la armonía, todas las técnicas de expresión auditiva con todas las técnicas de expresión visual y las introducen a la intimidad del hogar.

La televisión ofrece la oportunidad de demostrar el producto sobre una pantalla, en el hogar, acompañándole de mensajes explicativos. En ella se da una combinación única de sonido, vista y movimiento con alto grado de drama y realismo, dirigida a una audiencia.

Ventajas

Obtiene gran aceptación por parte del espectador

Permite una gran variedad de técnicas visuales y auditivas.

Ideal para mostrar productos

Desventajas

Tiene más audiencia en zonas urbanas.

Los programas vivos son muy caros.

Relativamente costosa.

Cine

La proyección de películas publicitarias es un medio muy bueno, pues combina la imagen con el sonido y otros efectos especiales. Pero tiene el inconveniente de que el público lo considera algo impuesto, pues llega en busca de diversión.

Presentado por: María Eugenia Baca

Posee las mismas ventajas y desventajas de la televisión con la diferencia, que el cine mantiene cautivo al público siendo esta su principal característica.

Documentales cortos

Pueden ser de dibujos o filmados en vivo. Generalmente son de corta duración.

Publicidad al aire libre

Este medio está formado principalmente por afiches, letreros luminosos y rótulos de carretera.

El valor publicitario de este tipo de anuncio depende principalmente de la ubicación cuya utilidad está determinada por la calidad y las características de la gente que pasa por el lugar.

Otros factores son el tamaño, posición, ángulo, respecto al sentido el tránsito, visibilidad a distancia desde donde puede verse el cartel y la velocidad que lleve el lector al pasar por delante. El exceso de cartelas reduce la efectividad, los carteles únicos o apartados, tienen mayor individualidad y despiertan mayor atención.

Ventajas

Reúna el atractivo del color y la originalidad del dibujo.

Se lee con rapidez debido a la brevedad del texto,

Se destacan fácilmente por su tamaño.

Tiene vida larga.

Desventajas

El abuso de la cantidad de rótulos hace bajar sensiblemente la eficacia.

Los mensajes son estáticos.

Las personas que pasan casi siempre son las mismas, lo que limita el alcance.

(Apuntes de Publicidad. Chamorro Mora, Rodrigo, ed UCA 1998)

Considerarnos que los medios publicitarios son el principal motor para realizar la promoción y publicidad turística.

POLÍTICAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN NICARAGUA.

A continuación presentamos los principales objetivos del Plan Maestro de de Desarrollo Turístico para el país.

La conservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos sostenibles de los recursos naturales y culturales

Divide el país en 7 zonas turísticas, 21 áreas, 1 corredor turístico de traslado principal, 12 corredores secundarios terrestre, aéreos y acuáticos, 1 centro turístico de distribución.

CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA DEL TURISMO CULTURAL EN NICARAGUA

- De Primer orden: Para desarrollarse en una primera etapa Isla de Ometepe, Isla de Zapatera
- De Segundo orden. Masaya y Granada.
- De Tercer Orden: Meseta de los pueblos.
- De cuarto orden: León y el Viejo en Chinandega

LEY DE INCENTIVO TURÍSTICOS DE NICARAGUA

Declara al turismo como una industria de interés nacional, tiene el firme propósito de promover el desarrollo de actividades turísticas dentro de una política de desarrollo sostenible con respecto a la protección del medio ambiente y de la cultura nacional.

La presente ley beneficia a 11 actividades turísticas, entre las beneficiadas están: las inversiones en áreas protegidas de interés turístico y ecológico en sitios públicos de interés turístico y cultural en conjunto preservación histórica.

A su vez la ley establece y define el concepto de Zonas Especiales de Desarrollo Turístico; las personas que se dediquen a actividades turísticas situadas en las zonas especiales de desarrollo, obtendrán beneficios superiores bajo la ley (Plan Maestro para el Desarrollo Turístico de Republica de Nicaragua – Vol. X INTUR).

Hombres		Mujeres		Total	
Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
3,331	50%	3,271	50%	6,602	100%

Distribución de la población de 15 años y más según el sexo

Hombres		Mujeres		Total	
---------	--	---------	--	-------	--

Las cifras oficiales definitivas de INEC, señalan que la población total del municipio es de 7,108 habitantes, correspondiente a 3,307 habitantes de área urbana y 3,807 del área rural.

Las cifras utilizadas en esta caracterización se basan en datos preliminares del censo y proyecciones, debido a la fecha de publicación últimas cifras poblacionales.

Clima

A esta región pertenece el clima de sabana tropical, con una temperatura de 27° a 27. 5°C y una precipitación anual que van entre 1,200 y 1, 400 mm.

El municipio presenta dos zonas bien diferenciadas:

La playa de la Laguna de Apoyo con una superficie situada aproximadamente a 70 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura superior a los 27° C.

La parte alta que tiene 500 metros. Sobre el nivel del mar, con una temperatura media anual de 22°, a 23° C.

Altitud sobre el nivel del mar

520. 36 mts.

Territorios del municipio

Las comunidades rurales de CATARINA son.

La Frontera

La Laguna

Diriomito

Pacaya

Campo alegre

Cuatro esquinas

Pacayita

El Jaboncito

Los Ceibos

El Túnel

A nivel urbano solamente se encuentra la cabecera municipal CATARINA.

Reseña histórica

El origen de la población de CATARINA proviene de los Dirianes asentados en esta región, iniciándose así la comunidad denominada actualmente Catarina, cuyo nombre se debe a la venida de la Imagen de Santa Catalina de Namotiva que en lenguaje Náhuatl significa "Hermanos, hermanas o vecinas".

Catarina es una de cuatro o más municipios que recibían esta denominación (Niquinohomo, Nandasmo, Catarina y San Juan de Oriente).

Catarina posee una jurisdicción territorial basada en tierras realengas (que no pertenecían a ningún señorío. En el valle de pacaya).

El pueblo de Catarina o más bien de Santa Catalina como se llamaba también por el nombre de la santa patrona; Inicialmente tenía cuatro calles, lo que evidencia lo pequeño del poblado en aquella época.

Antiguamente el municipio contaba con un pequeño templo que lo administraba el Doctrinero de Niquinohomo, el cual impuso como medida mantener "la unidad indígena de Catarina". Prohibió que se estableciera en la población ladinos para evitarle problemas raciales o de preponderancia política o social a la comunidad indígena local.

No se conoce la ley que erigió a Catarina en municipio, ni la fecha de cuando se le dio categoría de pueblo y cabecera municipal. Pero por la ley legislativa sancionada por el presidente de la Republica General José Maria Moncada y el ministro de Gobernación de Masaya Sr. Benjamín Abaunza, se le confirió al pueblo de CATARINA el título de VILLA.

Tradiciones culturales

La población de Catarina celebra dos fiestas anuales, el 25 de noviembre el día de Santa Catalina Mártir y el 31 de diciembre día de San Silvestre. Es una combinación religiosas populares. Se celebra misas, procesiones, topes y corridas de toro, se elabora rosquilla, chicha de maíz y nacatamales para repartir a promesantes y visitantes.

Diriá: El municipio del Diriá, ocupa el extremo sur-oeste del departamento de Granada. Por su extensión, le corresponde el último lugar entre los cuatro municipios que comprende el departamento. Su región es de pequeñas colinas, que hacen del municipio un área de refugio que permite disfrutar de su pintoresca belleza.

La cabecera municipal se encuentra a una distancia de 64 kilómetros. Managua, capital de la república de Nicaragua.

Se ubica entre las coordenadas 11° 53 'latitud norte y 86° 03' longitud oeste.

Población

Su población total es de 5,979 mil habitantes = (censo nacional 1,995) Población urbana es de 3,325 mil habitantes.

Población rural es de 2,654 mil habitantes.

El municipio de DIRÍA en el año de 1,971 contaba con 3,200 habitantes y en 1,995 aumentó a 5,979 habitantes, lo que representa una tasa Anual de crecimiento el último periodo ínter censal (1,971-1,995) de 2.62%.

Distribución de la población, según sexo

HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
2,999	50.10%	2,980	49.90	5,979	100%

Distribución de la población de 15 años y más según sexo

HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
1,665	27,8%	1,737	29%	3,402	56.8%

Para las elecciones de octubre de 1996, según las proyecciones estadísticas del INEC, la población ascendió a 6,189 habitantes de la cual 3,383 corresponderá a personas mayores de 16 años y 2,806 personas menores de 16 años.

Densidad poblacional

374 mil habitantes por kilómetros cuadrados.

Las cifras definitivas de INEC, señalan que le municipio de DIRÍA, cuenta con un total de 6,075 habitantes, correspondiente a 3,246 del área urbana y 2,829 del área rural.

Las cifras utilizadas en esta caracterización se basan en datos y proyecciones preliminares del Censo, debido a la fecha de publicación de las últimas cifras poblacionales.

Clima

El municipio tiene una precipitación anual que oscila entre los 1,200 y 1,400 mm. Caracterizándose por una buena distribución durante todo el año. Su temperatura media alcanza los 27°C, lo que define al clima como semi- húmedo (Sabana Tropical).

Altitud sobre l nivel del mar = 364. 26 mts.

Territorios del municipio

La jurisdicción municipal de DIRIA comprende siete comarcas propias y dos anexadas que son: la comarca de Coyolar y Hoja Chigue, compartiendo con los

municipios de Niquinohomo y Diriomo, con sus correspondientes asentamientos poblacionales.

Estas comarcas llevan el nombre de:

- Los Jirones
- Pedro Joaquín Chamorro
- Santa Elena
- Parte de Hoja Chigue (Niquinohomo)
- Palo Quemado
- El Arroyo
- Parte del Coyolar (Diriomo)
- Playa Verde
- San Diego

No se conoce documento alguno sobre la fecha de fundación del pueblo. El nombre de DIRIA significa en lengua mangué «colina o altura», el cual corresponde a la ubicación geográfica de sus primitivos pobladores, ubicados en las inmediaciones de la Laguna de Apoyo.

Según el Obispo Fray Agustín Morel de Santa Cruz el municipio contaba, en 1,751 con 117 casas.

Diría celebra sus fiestas patronales en honor a San Pedro. Estas fiestas se inician el 17 de junio y termina el último domingo del mes.

El 17 de junio es bajada la imagen del altar mayor se reza un novenario acompañado de cantos religiosos y tradicionales. Las actividades para celebrar dichas fiestas, consisten tanto en actos religiosos como corridas de toro, juegos pirotécnicos y fiestas populares, donde la participación de la población es realmente significativa.

Entre las tradiciones se encuentra Baile de los Negros, que consiste en un juego entre dos personas cada uno con una astuta que es elaborada de un árbol que se llama Quita Calzón, después de dos o tres astillazos los separa la yegüita, que es un hombre el cuál lleva un aro en su cintura cubierto de tela.

También se dan las carreras de cinta que es donde eligen a la reina, esto se da por medio de hombres montados a caballo, donde el ganador elige entre todas las señoritas presentes a la reina de la fiesta.

Durante toda la fiesta patronal, se reparte en todas las casas donde llega el santo, comida típica como los deliciosos nacatamales, masa de casuela, chicha bruja y las infaltables cajeta de leche y cajeta negra.

También se realiza la coronación de la reina y el famoso tope de los hípicas.

El municipio de Diría celebra, además, otra fiesta en honor a San Sebastián, del 19 al 21 de Enero. La gastronomía típica del pueblo son deliciosos rosquetes, los cuales son elaborados con pinol y dulce.

Su proyección turística es la Laguna de Apoyo donde piensan llevar a efecto la construcción de hoteles. El mirador donde se puede apreciar las tranquilas aguas de la laguna de Apoyo.

NIQUINOHOMO: Este municipio según la ley de división política administrativa publicada en octubre de 1989, pertenece al departamento de Masaya, región VI de Nicaragua.

El municipio de Niquinohomo ocupa el sector sur del departamento de Masaya. Por su extensión le corresponde el sexto lugar entre los nueve municipios que comprende el departamento.

En 1870 es elevada a villa con una extensión territorial de 35 kilómetros cuadrados. Está ubicado a 44 kilómetros de Managua, Capital de la República de Nicaragua.

NIQUINOHOMO está ubicado entre las coordenadas 110 54' latitud norte y 86° 05' de longitud oeste.

POBLACIÓN

Población total : 13,617 habitantes. (Censo Nacional 1995)

Población Urbana : 4,968 habitantes (36%)

Población Rural : 8,649 habitantes

El municipio de NIQUINOHOMO en 1971 contaba con 5,294 habitantes, en 1995 aumento a 13,617 habitantes, lo que representa una tasa anual de crecimiento en el último período inter censal del 3.89%.

Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
6.744	49.5%	6.873	50.5%	13.617	100%

Distribución de la Población de 15 años y más según el sexo

HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
3.641	26.7%	3.753	27.5%	7.394	54.2%

Según proyecciones estadísticas de INEC en octubre de 1996 la población municipio de NIQUINOHOMO alcanzó los 13,685 habitantes, correspondiente 7,278 personas mayores de 16 años y 6,707 menores de 16 años.

Densidad población: 398 hab. / Km².

Las cifras oficiales definitivas de INEC, señalan que la población del municipio de 13,458 habitantes, 5,233 habitantes del área urbana y 8,225 del área rural. En la realización de la caracterización del municipio se utilizara las cifras de proyecciones preliminares del censo, debido a la fecha de publicación de las últimas cifras poblacionales.

Clima

NIQUINOHOMO goza de un clima fresco (sabana tropical); su temperatura oscila entre los 25° y 26.5° C. y la precipitación varia entre los 1200 y 1400 mm.

Accidentes geográficos

En NIQUINOHOMO no existen fenómenos orográficos, no hidrográficos de importancia.

Altitud sobre el nivel del mar: 440 mts.

Territorios del municipio

La jurisdicción de NIQUINOMO comprende 14 comarcas correspondientes a la cabecera municipal.

Las comarcas del municipio llevan los nombre de: El Corozo, San Pedro, Sandino, Santa Rita, El Portillo, Hoja Chigue, Justo Romero, El Carmen, La Curva, El Guapinol, Tierra Blanca, Los Pocitos y Las Azucenas.

Reseña Histórica.

El nombre NIQUINOMO es de origen lingüístico Chorotega o Mejicano, de lo vocablos "Neck" guerrero y "Nahome" valle o sea NIQUINOMO significa "Valle de los Guerreros", razón que hace suponer que en tiempos remotos del territorio, fue asiento de un pueblo guerrero y rebelde. Muchos de sus antiguos pobladores formaron parte del aguerrido ejército que combatió al expedicionario español Gil González Dávila, al mando del valeroso cacique y caudillo indígena Diriangèn en 1522.

Por la ley del 19 de febrero de 1970 durante la administración presidencial del general Fernando Guzmán, le fue conferido a NIQUINOMO el título de "Villa de la Victoria", no obstante, el municipio mantuvo el nombre original de NIQUINOMO.

Años mas tarde, durante la administración presidencial del Ingeniero Luís Somoza Debayle, por la ley del 24 de agosto de 1962, se le confirió el titulo de ciudad con su actual nombre NIQUINOMO.

La población de municipio, celebra sus fiestas patronales el 26 de julio de cada año en honor a la venerada imagen de Santa Ana.

La Semana Santa se caracteriza por realizar importantes celebraciones, destacándose entre ellas la Judea, considerada como una de las mejores obras de los pueblos de Oriente. Desde el sábado de ramos la imagen de Jesús sale hacia la casa del mayordomo, acompañado de chicheros y feligreses. El Domingo de Ramos se realiza la bendición de las palmas; el jueves se celebra una tradición como "lavatorio de los pies" y el viernes la imagen de Jesucristo sale en procesión por las calles del municipio. El domingo de resurrección representa la culminación de la semana mayor, la población lanza cohetes, morteros y carga cerrada como muestra de alegría.

En estas festividades se puede apreciar el pago de promesas de parte de los creyentes, como retribución por algún milagro recibido, algunas de las promesas son: caminar varias cuabras de rodillas bajo el sol, repartir comida y refrescos a los asistentes de las festividades,

Entre la alegría musical de marimba y chicheros se destacan los principales bailes del municipio como: El Baile de la Vaquita, Los Chinegros, y el Macho Ratón. El

Municipio cuenta con un grupo teatral llamado el Güegüense que recoge parte importante de las tradiciones del pueblo de NIQUINOMO.

Las comidas típicas del municipio son: el Pinolillo, el Curvasa (almíbar preparado con papaya, jocote y otras frutas.)

Posee un suntuoso templo parroquial de tres siglos de existencias. Fue construido en 1689 y en 1955 fue reconstruido por habitantes de la ciudad. El templo tiene dos pies más de largo que la Catedral de León, su estructura es sólida y de estilo español, sus altares son admirados por sus talladuras y adornos exóticos. Las imágenes que aun se conservan en el templo son de hace mas de 300 años entre las que se destacan: Santa Ana (patrona de la ciudad), San Joaquín, Santiago, San José, Nazareno, Jesús de lo triunfo, San Isidro y San Rafael.

Las leyendas y tradiciones regionales indican que el indican que en el municipio existen templos indígenas ocultos, "guacas", en los que se guarda el vestigio de cerámicas, ídolos, alhajas, elaborados por los aborígenes.

San Juan de Oriente.

Esta localizado en el departamento de Masaya, en el sector sureste. Por estar ubicado cerca del pueblo de Catarina se dice forman una sola unidad urbana.

San Juan de Oriente se caracteriza por la fabricación de sus finas cerámicas y esculturas de piedras representativas de los antepasados indígenas. Se desconoce la fecha de creación del municipio, con trece mil kilómetros cuadrados,

HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
1703	49.9%	1704	50.0%	3407	99.9%

Distribución de la Población de 15 años y más según el sexo

HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
893	26.2%	929	27.3%	1822	54%

Según datos estadísticos del Instituto Nicaragüense de Estadísticas y Censos (INEC) el Municipio de San Juan de Oriente en los últimos 24 años (1971 – 1995) incremento su población con una tasa anual de crecimiento del 4.73%. Para el 20 de octubre de 1996, el municipio alcanzó lo 3,630 habitantes; 1,865 personas mayores de 16 años y 1,765 personas menores de 16.

La Densidad Poblacional es: 262 hab/ Km²

Las cifras oficiales definitivas del INEC, señalan que la población del municipio es de 3,101 habitantes; 1,336 ubicados en la zona urbana y 1,735 personas en el área rural. En la presente caracterización, se utilizaron las cifras preliminares del censo, debido a la fecha de publicación de las últimas cifras poblacionales.

Clima

El clima predominante local es de sabana tropical, caracterizado como semi húmedo. La temperatura media anual en las partes altas del municipio oscila entre los 23°C a 24°C. En las partes bajas, la temperatura promedio varia de 25°C a 27°C y en el área de la Laguna de Apoyo la temperatura es mayor de 27°C.

La precipitación anual alcanza entre los 1400 a 1600 mm. El invierno inicia a mediados de Mayo y finaliza en Noviembre.

Accidentes Geográficos

El territorio municipal se asienta en la ladera suroeste del volcán de Apoyo, en su apagado cráter se ubica la conocida Laguna de Apoyo.

La topografía del municipio es completamente irregular, siguiendo las sinuosidades de una pequeña ladera que le sirve de asiento, forma prácticamente una misma población con el pueblo de Catarina.

Las tierras del municipio son fértiles, se cultivan granos básicos y árboles frutales de todo tipo.

El recurso natural mas valioso de San Juan de Oriente es la Laguna de Apoyo, sus aguas tienen la ventaja de estar libres de contaminación. El sistema hidrográfico esta representado por tres pequeños manantiales que nacen en las laderas de la zona de la laguna.

Altitud sobre el nivel del mar: 495.16 mts.

Territorios del Municipio.

El territorio del municipio comprende: el área urbana de San Juan de Oriente y dos comarcas rurales: El Castillo y Buena Vista.

Reseña Histórica.

San Juan de Oriente y los pueblos vecinos de Catarina, Nandasmo y posiblemente otros poblados indígenas desaparecidos, eran conocidos desde comienzos de la época colonial como pueblos Namotivas, que en el Lenguaje Naualth de origen Mejicano quiere decir hermanos o vecinos; ese nombre antiquísimo debió corresponder al de la región de asiento de varios pueblos o parcialidades indígenas inmediatas.

Los pueblos Namotivos se caracterizaron por ser grandes fabricantes de cerámica y esculturas de piedra que lamentablemente fueron influenciadas por escuelas de otros países con marcada tendencia en colorido y dibujo a la cerámica mejicana. De los antiguos namotivos todavía subsisten Niquinomo, Nandasmo, Catarina y San Juan de Oriente.

Del informe del Obispo Fray Pedro Agustín Morel de Sta. Cruz que visitó el pueblo en 1751 se deduce que en aquella época el poblado tenía 71 casas de paja y 58 familias con 229 habitantes.

San Juan de Oriente cuenta con un territorio parroquial de construcción antigua, pero de resisten fachada frontal, está dedicado al Apóstol San Juan, en el interior del templo se puede apreciar imágenes de cultos muy antiguos y de corte colonial, se atribuye que fueron hechas por manos de los indígenas del lugar, dado el talento demostrado por sus descendientes. El 24 de junio de cada año se celebra con mucho fervor católico las fiestas en honor al apóstol San Juan Bautista patrono y protector de esta población, en las actividades se combinan la fe religiosa y las tradiciones populares.

Según el historiador y periodista Don Anibal Gallego Borgen, la historia de San Juan Bautista se remonta desde hace más de 300 años, tiempo en que el municipio fue fundado por los españoles Bracamonte y Gervancio Gallegos, quienes a su vez construyeron el templo de San Juan de Oriente, que aún existe,

conservando las obras de arte y las esculturas elaboradas por los indígenas en esa época.

Según la historia, San Juan Bautista visitaba el pueblo montado en una yegüita y recorría todos los linderos hasta llegar a una calle real, a partir de entonces se celebran las fiestas patronales.

Otras de las tradicionales costumbres locales es el recorrido de las varas adornadas con flores y frutas recolectadas por los feligreses como muestra de agradecimiento al Santo Patrón por la salud y el trabajo obtenido.

El juego de los chillos, es otra tradición que hombres y mujeres realizan como muestra de valentía. Durante las fiestas patronales se celebra el baile de los chinegros, que consiste en el dueño de dos personas armadas con espadas de madera que bailan al son de la música de marimba, cubriéndose las manos y cara con pintura negra.

En las festividades no faltan las costumbres de ofrecer gratuitamente los platos típicos, siendo obsequiados por los promesantes, tradición que es transmitida de generación en generación.

NANDASMO. Ocupa el sector sur y central del departamento de Masaya. Por su extensión le corresponde el último lugar entre los nueve que comprende el departamento.

Su fundación fue en 1976, que fue declarado municipio, con una extensión territorial de 13,000 kilómetros cuadrados.

La cabecera municipal se encuentra a 58 kilómetros de Managua, capital de la República de Nicaragua.

Posición geográfica.

Nandasmo está ubicado entre las coordenadas 15° 55` de latitud norte y 80° 07` de longitud oeste.

Población

La población del municipio es de: 7,046 habitantes (Censo Nacional de 1995)

Población urbana 1,959 habitantes (27.8%)

Población rural 5,087 habitantes (72.1%)

Según INEC, el municipio de Nandasmo en los últimos 24 años (1971-1995) incrementó su población con una tasa anual del 3.74%.

Según proyecciones del INEC para las elecciones del 20 de octubre de 1996, la población del municipio alcanzó los 8,287 habitantes, 4,176 personas mayores de 16 años y 4,111 menores de 16.

Distribución de la población según el sexo

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Cantidad	Cantidad	Cantidad

Según la municipalidad, Nandasmo cuenta con 10,000 habitantes, distribuidos de la siguiente manera:

Población urbana	3,000 habitantes
------------------	------------------

Población rural	7,000 habitantes
-----------------	------------------

Las cifras definitivas del INEC señalan que la población del municipio es de 7,879 habitantes, 4,624 son del área urbana y 3255 del área rural. En la presente caracterización se usaron las cifras preliminares y proyecciones debido a la fecha de publicación de las últimas cifras poblacionales.

Clima:

La precipitación fluvial promedio anual oscila entre 1,200 y 1400mm, caracterizándose por una buena distribución durante todo el año. Su temperatura varía entre los 23° y 24°C., lo que define al clima como seco (sabana tropical).

Accidente geográfico. El municipio de Nandasmo de acuerdo a su posición topográfica se sitúa casi al fondo de una cañada, con notables desniveles en su planta.

No posee fenómenos hidrográficos, ni orográficos de gran significación. Sin embargo, tiene costas en la Laguna de Masaya, ubicada al pie del volcán Santiago. También posee un manto freático a una profundidad de 1000 pies, con un buen potencial para consumo y para riego.

Altitud sobre el nivel del mar: 400 mts.

Territorios del municipio

La jurisdicción municipal de Nandasmo comprende tres comarcas y su correspondiente cabecera departamental. Estas comarcas llevan los nombres de: Pío XII, San Bernardo y Vista Alegre.

Reseña histórica

La población del municipio descende de la tribu Chorotega, de origen Nahuatl, fue una de las más importantes que poblaron nuestro país en tiempos de nuestros primitivos indígenas.

Según datos históricos los primeros pobladores que se asentaron en el municipio de Nandasmo venían en busca de un lugar seguro y confortable, ya que huían de la erupción del volcán Santiago.

Es así como surge Nandasmo que en lengua Chorotega significa *"junto a los arroyos"* y en Nahuatl *"lugar arenoso"*, sin embargo, para llegar a oficializar el nombre actual se tuvo que pasar por otros nombres como: Villa de la Paz y Villa de San Pedro.

Nandasmo fue municipio desde el año 1976.

Celebra sus fiestas patronales del 14 al 22 de enero de cada año, en honor a las imágenes de "El Dulce Nombre de Jesús de la Buena Muerte y Divino Pastor". Durante el desarrollo de estas actividades se realizan actos litúrgicos como misas, rosarios, procesiones y expresiones populares como: carnavales, corridas de toros, desfiles hípicas tradicionales. Todas las manifestaciones son acompañadas de diferentes platillos típicos como: la masa de casuela, chicha de maíz y

nacatamales, que son ofrecidos a cada uno de los visitantes. El municipio también se caracteriza por sus famosas leyendas como: La Carreta Nagua, La Cegua, El Cadejo, Los Duendes, las que han sido narradas y transmitidas de generación a generación.

MASATEPE. Celebra las fiestas en honor al Señor de Trinidad, (cuarenta días después de la Semana Santa), en ella se realizan rezos y bailes en honor al Santo Patrono. Se destacan los pintorescos y llamativos desfiles hípicos que adornan las calles de la Ciudad.

En las fiestas son tradicionales los bailes como: El Toro Venado y el Baile de las Indias, así mismo sobresalen los platos típicos del municipio como: masa de casuela, mondongo y las tamugas.

Masatepe es cuna de grandes personajes de la historia, entre ellos pueden mencionarse: el Ex Presidente José María Moncada; Doctor Hildebrando A. Castellón, autor de varias obras didácticas sobre geografía e historia; el Poeta Dolores García y Ascensión Mora Bisnieta de la Heroína Rafaela Herrera.

El municipio posee la Iglesia Parroquial, San Juan Bautista, de elegante y sólida estructura, ubicada frente al parque central.

Entre los monumentos notables del municipio se destacan: Uno en honor a la madre y otro en memoria del Ex Presidente General José María Moncada, ambos ubicados en el parque central de la ciudad.

Nota: Incluimos Masatepe como una información general por límites con los Pueblos Blancos o Brujos.

CAPITULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO

A. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El presente estudio es de tipo **descriptivo, analítico y proyectivo**.

Descriptivo: por que presenta la descripción de las características y generalidades que se encuentran en las diferentes ciudades donde se llevó a cabo la investigación.

Analítico. Por que analiza la situación actual, el entorno, las ventajas y problemas de comercializar las diferentes expresiones, cultura y gastronomía que se dan en cada uno de los pueblos estudiados.

Proyectivo. Por que se hace propuestas de promocionar cultura y se emplea un sistema de mejora de la calidad de vida de la población receptora y el manejo sustentable de las actividades a realizarse para convertirlo en un buen producto turístico.

Se usaron técnicas como: entrevista, revisión y análisis de bibliografía y el desarrollo de un plan de desarrollo turístico para desarrollar y explotar la cultura de los Pueblos Blancos.

Fuentes de información.

Información primaria.

Personas Encuestadas y observación directa

Información secundaria

Documentos: periódicos, revistas, revisión bibliográfica, Internet.

Objetivo 1.

Caracterización e identificación de los atractivos de los Pueblos Blancos.

Tradiciones, gastronomía, cultura y cerámica.

Objetivo 2.

- Proponer un circuito turístico que reúna las características necesarias para atraer a los turistas tanto nacionales como extranjeros
- Identificar cuáles son las actividades que se desarrollan y concuerdan en días consecutivos en las diferentes comunidades de los Pueblos Blancos.
- Aglutinar los tipos de alimentación que se ofrecen en los días festivos para ofrecerlos como una oferta gastronómica.
- Crear una red de pobladores con conocimientos para servir de guías locales.
- Remodelar casas con historias fantásticas y de personajes de la historia local para convertirlas en hospederías.
- Hacer un programa que contenga dónde y cuándo los turistas puedan participar como protagonistas de la actividad
- Mejorar el servicio de la luz y el agua potable.

Objetivo 3.

- Plan de promoción turística (medio a utilizar)
- Volantes
- Radio

- Prensa escrita
- Audiovisuales
- Brochures
- Mantas

B. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Se llevó a cabo con la ayuda que facilitó la Asociación de Municipios de Nicaragua (AMUNIC), lo mismo que el Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal (INIFOM), en la facilitación de una serie de documentos y entrevistas realizadas a los encargados de dichos centros y los encargados de la cultura y deporte de cada una de las alcaldías municipales estudiadas.

Atractivo turístico	Todo lugar que constituya un destino turístico debe tener una serie de características que motive el desplazamiento temporal de los viajeros. Esta característica desde el punto de vista del visitante se denomina atractivo turístico por que son los que llaman y atraen su atención.	Turismo alternativo Turismo cultural	Observación directa Técnica analítica	Visitas de campo Análisis de documentos
Turismo cultural	Modalidad de turismo cultural caracterizado como una experiencia de visitas a las zonas donde se da la actividad para entender la historia cultural local, con las técnicas de guía especializadas.	Arte culinario Tradiciones Folklore Cerámica Monumentos históricos Geroglíficos	Observación directa Técnica analítica	Guía de observación Análisis de documentos
Circuito turístico	Es un conglomerado de atractivo turístico que cuenta en sus propios territorios o dentro de sus radios de acción con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar un viaje turístico a fin de permitir un circuito y conocer diferentes atractivos culturales en un radio de acción reducido	Publicitar de manera sostenida los atractivos turísticos. Instalar una oferta de hospedería en casas de fácil transformación. Capacitar los guías especializados en la cultura y tradiciones de los pueblos blancos	Técnica analítica observación directa	Análisis de documento Guía de observación

Turismo cultural	Zonas representativas de tradiciones folclóricas con rasgos culturales según el pueblo donde se desarrolla. Actividades que pueden dar a conocer a nivel Nacional e Internacional nuestra cultura, así como el uso razonado de esta para su subsistencia y así contribuir a la mejora de la calidad de vida de la comunidad local y su desarrollo socioeconómico	• Folklore • Artesanía • Gastronomía • Tradiciones • Religiosas	Investigación directa Técnica analítica	Guía de campo Análisis de documento
Promoción turística	Es una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el turista, en la cual se incluye las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, y otros medios, entre los que se incluyen también las relaciones públicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso de Marketing			

CAPITULO V. PROPUESTAS

1. Cultura natural

Los Pueblos Blancos o Brujos, poseen incomparables atractivos culturales, por su historia cultural, el frescor de su clima, más sus interesantes costumbres y tradiciones. Favorecen para conformar un producto turístico diferenciado, donde el turista quedará extasiado por la riqueza cultural.

2. Potencial turístico

Todo lugar que constituya un destino turístico es considerado como un potencial turístico. Por que tiene una serie de características desde el punto de vista del visitante, se denominan atractivos turísticos por lo que son los que llaman y atraen la atención del turista. LOS PUEBLOS BLANCOS O BRUJOS son un potencial turístico aún no explotados en todas sus bondades. Es decir, que todavía no existen paquetes definidos para promocionar su cultura y tradiciones, tanto a los turistas nacionales como a los turistas extranjeros.

3. Necesidades de exposicion

Es importante que se de a conocer la reserva natural, por que de esta manera los turistas se darán cuenta de la existencia, de las características y así mismo de la ubicación de los Pueblos Blancos o Brujos. Por medio del plan y promoción turística se dará a conocer las bondades culturales existentes ante el mundo y se podrá lograr un mayor apoyo por parte de la inversión que contribuirá al desarrollo turístico en esta zona.

4. Necesidad de conservacion

Son los tratamientos conservacionistas por parte de las instituciones estatales y la población, lo que le garantizan al lugar la belleza y el envidiable primacía de los recursos culturales, el cual satisface las necesidades esenciales de la población de esta generación y la futura, conservando la capacidad creativa de la población local.

5. Fuente de riqueza

Al tener un desarrollo en los Pueblos Blancos o Brujos esto ayudará en lo económico, a tener un mayor ingreso de divisas, tanto a los pobladores de las zonas aledañas como al resto del país, por lo que habrá un incremento en los niveles de empleo.

En lo social los turistas tendrán una mayor satisfacción de descanso y aprovechamiento del tiempo libre de calidad, el cual ayudará a la relajación mental, a la relación entre los visitantes y los lugareños para un desarrollo cultural e histórico.

Recomendamos para el desarrollo de la zona tomar en cuenta los siguientes aspectos, además de la propuesta del plan de promoción indicado más adelante:

- ✓ Debe haber mejor organización de las festividades dándole un contenido turístico-religioso
- ✓ Se estipularán normativas, con el fin de proteger a los turistas de las irregularidades que se dan en estas fiestas patronales.

- ✓ Un mejor manejo de los alimentos, en cuanto a higiene.
- ✓ Mantener limpia el área, depositando la basura en su lugar.
- ✓ El turista deberá mantenerse siempre unido al grupo
- ✓ Establecer los precios de las bebidas y los alimentos, lo mismo que de las artesanías, para evitar la usura.
- ✓ Establecer tarifas diferenciadas para nacionales y extranjeros.
- ✓ Los guías turísticos deben cumplir con los siguientes requisitos: haber cursado el tercer año de secundaria, tener cierto conocimiento del idioma inglés y tener entre 20 y 40 años de edad. Debe haber una coordinación adecuada del manejo de las actividades entre las actividades locales y el ente regulador del turismo (INTUR).
- ✓ Se prohíbe portar arma blanca y de fuego y/o cualquier objeto corta punzante durante las festividades locales.

Se presenta a continuación la propuesta para llevar a cabo nuestro plan de promoción y publicidad turística de los pueblos blancos o brujos.

VIDEO. El video es un medio muy bueno e importante, pues combina la imagen con el sonido. Por medio de este se transmite información y conocimiento específico del sitio turístico. El documental que se presentará es para mostrarle las riquezas culturales que se encuentran en los Pueblos Blancos o Brujos. Este es de gran importancia para el Instituto de Turismo (INTUR).

BROCHURE O TRIFOLIAR. Presenta información general de un sitio específico.

Nuestro brochure indicará las características representativas de la cultura de los Pueblos Blancos o Brujos, incluyendo fotos de la cerámica que se elabora en San Juan de Oriente y la gastronomía, por medio de este brochure se podrá observar las diferentes festividades que se realizan en cada Pueblo Blanco o Brujo, este brochure tendrá un logotipo propio de los Pueblos Blancos o Brujos.

VOLANTES. Ante todo es para dar a conocer la existencia de los Pueblos Blancos o Brujos. Estos serán distribuidos de manera individual en los principales hoteles de Nicaragua, agencias de viajes, tour operador e insertadas en los boletos aéreos, estado de cuenta de las tarjetas de crédito y teléfonos celulares. El volante será full color, presentará un eslogan dirigido a la cultura y tradiciones más representativas de los Pueblos Blancos o Brujos.

CAMISETAS. Los amantes de las tradiciones tendrán la opción de adquirir las camisetas color blanco, con el logo de los Pueblos Blancos o Brujos.

CARPETA TURISTICA. Se utilizará una carpeta turística con la foto de los Pueblos Blancos o Brujos. En su interior tendrá un mapa ubicacional de los Pueblos Blancos o Brujos. Estos se podrán encontrar en hoteles, agencia de viajes, tour operador, renta car, en el Instituto de Turismo y en el Ministerio de Relaciones Exteriores de la República de Nicaragua, que a su vez se encargarán de distribuir las en las embajadas de los diferentes países con que Nicaragua

tenga relación diplomática. Las mismas podrán ubicarse en el revistero de los
asientos, de tal manera que estén accesibles a los viajeros.

BIBLIOGRAFIA

- ✓ Acerenza, Miguel A. Promoción Turística: Un enfoque metodológico, México, Trillas, 1985.
- ✓ Gurria Di – Bella Manuel. Introducción al Turismo, México, Trillas, 1991
- ✓ Lewites R Herty. Así es Nicaragua. Ed Instituto Nicaragüense de Turismo, julio de 1989.
- ✓ Lickorish Leonard J Jefferson A. Bodlender J. Y Jenkins CL. Desarrollo de destinos turísticos, México, Ed Diana, 30 de abril de 1994
- ✓ Pearce Douglas. Desarrollo Turístico. La Planificación y Ubicación Geográfica. México, Ed Trillas, 1998
- ✓ Ramírez Blanco, Manuel. Teoría General del Turismo. México. Diana, 1994.
- ✓ Revista AMUNIC del Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal (INIFOM) y la Asociación de Municipios de Nicaragua (AMUNIC)

