

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

U C E M

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Administración de Negocios

Investigación Dirigida

« Potencial Turístico del Municipio de Rio Blanco »

Asesor Metodológico: Dr. Alvaro Bancho Fabrega

Elaborado por:

Bra. Felixia Lopez González

MANAGUA - NICARAGUA

2009

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA DE CIENCIAS EMPRESARIALES



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

INVESTIGACION DIRIGIDA

"POTENCIAL TURISTICO DEL MUNICIPIO DE RIO BLANCO"

ASESOR METODOLOGICO: DR. ALVARO BANCHS FABREGAT

ELABORADO POR:

BRA. FELIXIA LOPEZ GONZALEZ

BIBLIOTECA
U C E M

MANAGUA, NICARAGUA

2009

No. Reg. 6147/11
Fecha ingreso
22/oct/2011

DEDICATORIA

Dedico esta investigación en primer lugar a Dios creador de todo de lo que existe, por bendiciones recibidas y a esas personas que sin esperar nada a cambio me han dado todo su incondicional amor y que han estado pendiente de mí, cuidándome, aconsejándome y educándome con su ejemplo.

Mis amados padres: Segundo López e Isabel González..

Con todo mi amor y respeto que Dios los bendiga.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios, por el don de la vida y por permitirme haber finalizado con éxito mis estudios universitarios.

A todas aquellas personas que colaboraron en la elaboración de esta investigación; propietarios de hoteles, alojamientos, restaurantes, comedores, que proporcionaron datos importantes del trabajo que realizan para el fomento del turismo en nuestro municipio.

A PRODERBO, institución que me brindo su total apoyo en esta investigación, guiándome, orientándome de manera constante para alcanzar mi meta.

De turismo por Río Blanco	19
Principales sitios turísticos en el municipio de Río Blanco	31
El sendero de las Cascadas	32
Los misterios del Musun	34
Resultados de la encuesta al sector hotelero de Río Blanco	41
Resultados de la encuesta al sector restaurantes y comedores de Río	46
Conclusiones	53
Recomendaciones	54
Bibliografía	56
Anexos	57
Poema al Cerro Musun	60
Sitios turísticos en Río Blanco	61-65

BIBLIOTECA

U C E M

INDICE

Introducción.....	1
Justificación.....	3
Planteamiento del problema.....	4
Objetivos:	
General.....	5
Específicos.....	6
Marco teórico.....	7
Tipología de productos turísticos.....	7
Servicios turísticos.....	11
Antecedentes.....	12
El turismo en Nicaragua.....	15
Datos sobre la evolución histórica de la población.....	18
Información general del municipio de Río Blanco.....	19
De turismo por Río Blanco.....	31
Principales focos turísticos en el municipio de Río Blanco.....	31
El sendero de las Cascadas.....	32
Los misterios del Musun.....	34
Resultados de la encuesta al sector hotelero de Río Blanco.....	41
Resultados de la encuesta al sector restaurantes y comiderias de R/B	48
Conclusiones.....	53
Recomendaciones.....	54
Bibliografía.....	56
Anexos.....	57
Poema al Cerro Musun	60
Sitios turísticos en Río Blanco	61-65

BIBLIOTECA
U C E M

CAPITULO I

INTRODUCCION

Nicaragua es un país que se caracteriza por poseer diversas bellezas naturales y una vasta oferta de destinos turísticos. Esto ha significado oportunidades y beneficios para la nación, fomentándose la inversión que genere ingresos de importancia para la economía nacional. El turismo se encuentra en su etapa de crecimiento ya que actualmente es la segunda industria más grande durante los últimos siete años, este ha crecido en un 70% por toda la nación en un índice del 10% anualmente. Esta actividad ha afectado positivamente las industrias agrícolas, comerciales y de las finanzas, así como la industria de construcción.

El Departamento de Matagalpa, ubicado a 130 kilómetros al norte de Managua en la zona norte de Nicaragua nos ofrece un potencial atractivo turístico encontrando selvas, bosques, montañas, lagunas, ríos, cascadas, museos, sitios históricos, jeroglíficos, además de una impresionante infraestructura restaurantera y hotelera, así como en las principales zonas urbanas de nuestra región. Matagalpa es el tercer departamento de mayor importancia en desarrollo económico.

Es en este departamento surge el municipio de Río Blanco, ubicado en el centro de Nicaragua. Se caracteriza por tener un clima Monzonico Tropical, cuenta con una estación lluviosa que dura aproximadamente nueve meses del año, la temperatura media oscila entre los 20 grados y 26 grados centígrados lo que la hace cálida, fresca y agradable, actualmente se tarda unas 4 horas para llegar trasladándose de Managua hacia al municipio debido a que sus carreteras están un poco deterioradas.

Existen muchos lugares de interés, actualmente los muros del parque municipal le contarán un poco de la historia local ya que se pintó un mural donde se da a conocer a los primeros habitantes del municipio, a los alcaldes que han estado al

frente de la municipalidad, se le rinde homenaje a las víctimas de los deslaves del cerro Musun, como también a los personajes que han incidido en la historia de este joven pueblo.

La reserva natural Cerro Musun, es un excelente atractivo turístico para el que gusta la aventura en armonía con la naturaleza pues existen senderos para recorrer lugares vírgenes y de mucha belleza. Además posee un pequeño sitio arqueológico, donde observaremos imágenes hechas en piedra, la cultura y costumbres de sus pobladores se mantiene intacta con el paso del tiempo, una de sus tradiciones es la celebración de sus fiestas patronales en devoción a la virgen del Carmen, entre sus costumbres tenemos el novenario a los difuntos, entre otros.

El municipio se caracteriza por poseer personas amables y que brindan hospitalidad a los visitantes brindan un conjunto de servicios, empresas y establecimientos que proporcionan alojamiento y comida a viajeros. Es un lugar cómodo que brinda paz y tranquilidad a las personas que necesitan olvidarse un poco de la rutina diaria del trabajo en la ciudad.

A- JUSTIFICACION

El presente trabajo fue seleccionado considerando la importancia de que como nicaragüenses conozcamos nuestra patria y en especial algunos lugares que están dentro de los destinos turísticos que ofrece nuestro extenso territorio y en especial dentro del municipio de Río Blanco y comunidades vecinas.

Necesitamos tomar en serio la defensa y promoción de la convivencia con nuestra madre naturaleza, no tanto por los problemas climáticos y desastres naturales con que se nos ha castigado en los últimos años, sino por la necesidad de que los turistas visiten mas continuamente y por mas tiempo nuestro bello país y por lo tanto promover el turismo en la zona norte.

Río Blanco, considerando que posee muchas bellezas naturales como ríos, cascadas, de clima agradable y hermosos paisajes de flora y fauna, que de saberse aprovechar, puede significar una fuente de ingresos para el desarrollo económico del municipio.

Por estas y muchas razones es de mi interés este tema, porque como habitante del lugar siento orgullo de lo que posee mi pueblo hermoso y quiero compartir y mostrar lo que ofrece Río Blanco al sector turismo, promoviendo además el cuidado a nuestros recursos naturales.

B- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Río Blanco, los recursos turísticos no cuentan con el apoyo necesario para el desarrollo y promoción, debido al descuido y destrucción de los recursos naturales perdiendo su valor y capacidad para ser debidamente utilizados como una riqueza natural de alto potencial a ser aprovechada por turistas tanto nacionales como extranjeros. Además de ser una fuente de ingresos para la economía, debemos conocer los valores que representan las riquezas naturales para los pobladores del municipio y darle su debida importancia, por lo tanto preguntémonos ¿poseemos los debidos recursos naturales en el municipio para fomentar el turismo?, ¿Cuáles son estos recursos?, ¿Qué acciones hemos emprendido para proteger y cuidar los recursos turísticos que posee nuestro municipio?

C- OBJETIVOS

GENERAL:

- Demostrar las posibilidades para que el turismo como parte del desarrollo integral sea fuente de ingresos para la economía del municipio de Río Blanco.

ESPECIFICOS:

- Describir los atractivos turísticos que existen en nuestro municipio.
- Describir la infraestructura del municipio de Río Blanco.
- Describir acciones que debe tomar la comunidad de Río Blanco mediante una propuesta de protección de los recursos naturales.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

TURISMO

Comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.

Productos turísticos: El sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas cuyas características principales son:

1. Tipología de productos turísticos

1.2 Turismo de masas

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

1.3 Turismo individual

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos. ¿Qué es el Turismo individual?

1.4 Turismo cultural

Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

- **Urbano:** desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto.
- **Monumental:** vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- **Arqueológico:** vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- **Funerario:** vinculado cementerios donde o bien hay tumbas realizadas por arquitectos famosos o bien hay personajes famosos enterrados allí.
- **De compras:** vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.
- **Etnográfico:** vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.
- **Literario:** motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.
- **De formación:** vinculado a los estudios, fundamentalmente los de idiomas.
- **Científico:** es una oferta turística para realizar investigaciones en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.
- **Gastronómico:** vinculado a la comida tradicional de un sitio.
- **Enológico:** vinculado a los vinos de una zona.
- **Industrial:** motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.
- **Itinerante:** se desarrolla en varios lugares siguiendo rutas preestablecidas.

- **Místico:** Se relaciona con el turismo orientado a la visita a lugares energéticos

1.5 Turismo natural

- **Parques temáticos:** basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa del visitante
- **Ecoturismo:** **basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.**
- **Rural:** el desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.
- **Agroturismo:** su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.
- **Agro ecoturismo:** es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de las labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.
- **Ornitológico:** es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.

1.6 Turismo activo

Se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.

Las actividades más conocidas de turismo activo son las siguientes:

-
- **lctioturismo:** es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca deportiva.

- **Deportivo:** la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.
- **Aventura:** aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel, ...).
- **Espacial:** viajes a espacio. Son solo para millonarios.
- **Religioso:** una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los cuatro núcleos de mayor importancia son Jerusalén, La Meca, Roma y Santiago de Compostela (en este último el Camino de Santiago tiene una doble vertiente deportiva y religiosa).
- **Espiritual:** su motivación es el recogimiento y la meditación (monasterios, cursos de filosofía oriental, etc.).
- **Termal o de salud:** está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza,...). La infraestructura cuenta normalmente con un núcleo principal o instalación termal independiente de las instalaciones hoteleras.
- **Médico:** está orientado a la realización de intervenciones quirúrgicas o tratamientos médicos vinculados.
- **Sexual:** orientado a mantener relaciones sexuales.
- **Turismo Social:** aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.
- **Turismo experiencial:** aquel en el que el participante toma parte activa de la actividad que está desarrollando. Este tipo de turismo se enmarca dentro de historias más o menos fantásticas. Los participantes se sumergen dentro de una película.

1.7 Turismo de negocios

Aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general.

- **Negocios:** utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciales y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. El cliente suele ser de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con unas necesidades de infraestructuras muy concretas como la conexión a Internet...
- **Reuniones y Congresos:** muy importante y habitualmente confundido con el de convenciones. El congreso reúne a un colectivo o asociación y suele tener carácter científico. Acuden profesionales del mismo sector pero que no tienen porque ser de la misma empresa.
- **Convenciones:** suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña, etc.
- **Incentivo:** vinculado a viajes de negocios. Mientras que éste último es de trabajo, el incentivo es de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados. Se les incentiva con un viaje que puede ser individual o de grupo.

2. Servicios turísticos

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- **Servicio de alojamiento,** cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de restauración,** cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.

- **Servicio de intermediación** en la prestación de cualesquiera servicios turísticos susceptibles de ser demandados por los usuarios de servicios turísticos.
- **Servicio de información**, cuando se facilite información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de acogida** de eventos congresuales, convenciones o similares.

ANTECEDENTES

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Durante la Edad Media surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el Camino de Santiago (desde el 814 en que se descubrió la tumba del santo), fueron continuas las peregrinaciones de toda Europa, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes.

Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el gran-tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc.

El Grand Tour es un viaje motivado por la necesidad de instrucción de estos jóvenes aristócratas que en un futuro habrán de gobernar su país. Del conocimiento "in situ" de la grandeza de Roma, Paris o Atenas así como de los

debates en los cafés de los grandes centros termales, los viajeros deberían aprender como llevar las riendas de un Imperio como el británico. Para algunos autores éste es el auténtico fenómeno fundacional del turismo moderno ya que surge como un fenómeno revolucionario en paralelo al resto de transformaciones.

El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica.

Comienza a surgir el turismo de montaña o salud: Se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto. En 1867 inventa el bono o voucher, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes.

Henry Wells y William Fargo crearon la agencia de viajes "American Express" que después se convierte en una de las agencias más grandes del mundo. Introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el travel-check (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).

Cesar Ritz es considerado padre de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel, creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración. (Convirtió los hoteles decadentes en los mejores de Europa, por lo que le llamaban "mago").

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. Los grandes tour operadores lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la

mayoría de los casos se utiliza el vuelo charter, que abarata el producto y lo populariza.

No obstante esta etapa también se caracteriza por la falta de experiencia, lo que implica las siguientes consecuencias como la falta de planificación (se construye sin hacer ninguna previsión ni de la demanda ni de los impactos medioambientales y sociales que se pueden sufrir con la llegada masiva de turistas) y el colonialismo turístico (hay una gran dependencia de los tour operadores extranjeros estadounidenses, británicos y alemanes fundamentalmente).

En los 70 la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte ocasionan un nuevo periodo de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978. Esta recesión supone una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda.

En los 80 el nivel de vida se vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud,...) y aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos. La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida.

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. El objetivo de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.

INFORMACION GENERAL

EL TURISMO EN NICARAGUA

Nicaragua como buena parte de América Latina, a partir de los correspondientes procesos de globalización, desregulación y estabilización socioeconómica y política, ha empezado a identificar el turismo como una de las principales oportunidades del siglo XXI. Como en otros países no desarrollados, aparte del desafío de cambiar las imágenes negativas de la pobreza, el turismo se presenta como un agente valorizador de un territorio muy sugerente, aunque desestructurado, y con altas potencialidades para el desarrollo de expectativas mercantiles ligadas a la prestación de servicios.

Desde 1990 ha experimentado tendencias que muestran su inserción progresiva y firme en el sistema capitalista de libre mercado turístico. El país, entre el aprendizaje, la recomendación y la inversión, se está convirtiendo tímidamente en un conjunto de focos de oferta turística para determinadas demandas de occidente cuya satisfacción se inscribe entre lo exótico y lo singular, la lejanía y la calidad, no estando exento el bajo precio del producto final.

Una de las principales ventajas de Nicaragua es su territorio, los aspectos territoriales son una parte importante y decisiva de cualquier estrategia turística. La práctica total de los nuevos modelos para abordar estrategias de inversión, ven en las condiciones de los factores una de las claves que configuran las ventajas competitivas que a su vez conforman un *cluster*, es decir, un sector económico concentrado geográficamente.

Dentro del cluster turístico, la situación y emplazamiento regional, la dotación de patrimonio y recursos turísticos y la climatología junto con el entorno ambiental son cuatro condiciones geográficas básicas e ineludibles para que el sector turístico pueda empezar a construirse. Así, Nicaragua acoge una importante riqueza ecológica de amplia biodiversidad reuniendo el 7% de la diversidad faunística y florística terrestre en apenas un 0.1% de la superficie mundial. Así

mismo presenta una climatología confortable caracterizada por un clima tropical benigno mediatizado por la altitud y los vientos húmedos marinos, en el que el verano, es decir la estación no lluvia, alcanza de abril a noviembre. Además, se halla muy cerca de uno de los mercados- meta mas atractivos del turismo que es Norteamérica que cuenta con una importante proporción de baby boomers, cuyas edades oscilan entre 35-45 años y reflejan un perfil turístico muy atractivo: ingresos dobles, formación universitaria, preocupación ambiental e inquietud por el aprendizaje y las experiencias asociadas al arte de viajar.

La administración nicaragüense en el año 2000 cifraba en 1,097 los recursos turísticos del país, siendo el 67% naturales, 20% culturales y 13% urbanos. Recursos que apuntaban a que el producto turístico de naturaleza, que, por otra parte, representa el 15% del mercados de viajeros por vacaciones del mundo y refleja una de las mayores tasas de crecimiento del mercado turístico actual.

El diminuto sector turístico todavía no ha encontrado en el territorio nicaragüense la clave para desarrollar sus ventajas ni comparativas ni competitivas. La primera debilidad es el insuficiente volumen de visitantes que en el año 2001 se cifraban en 482,869, un 12% del total centroamericano. Se estima que en el año 2006 se alcanzaran unos 661,191 visitantes, un 30% más que en el 2001, con una tasa de crecimiento del 5,4%. De estos solo el 51% eran estrictamente turistas (39% llegadas por placer, 12% convenciones y congresos). Turistas que, no obstante, en buena parte responden al prototipo de personas con ascendencia nicaragüense y que por tanto presentan bajas estadías y escasos ingresos en el sector al no precisar servicios turísticos de alojamiento y hostelería completamente externos.

Con todo, la estadía esta creciendo, 2.7 días en 2002, sobre todo en extranjeros 3.3 días. En esa misma tendencia de crecimiento el gasto diario por turista extranjero si que ha crecido significativamente al situarse en el año 2000 en U\$56

sin contar el gasto promedio por alojamiento que ascendió a U\$185. La estructura de la demanda turística todavía presenta procedencias de marcado carácter centroamericano (63%). estas, aunque muestran tendencias decrecientes siguen favorecidas por el acuerdo fronterizo CA-4 que exime de visado entre Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua. Lo contrario, creciendo, sucede con la demanda de turistas norteamericanos (22%) y europeos (8%) que representan al grupo denominado *FOREING INDIVIDUAL TRAVELLER (FIT)* que progresivamente ven a nicaragua como un país para el turismo que se aleja de la temida dualidad inseguridad/ violencia.

Según este porcentaje de turistas los 10 lugares turísticos mas visitados son : Managua, Masaya, granada, León Chinandega, Rivas, Matagalpa, Montelimar, playas de San Juan del sur e isla de Ometepe. la concentración se agudiza en la capital, Managua que presenta una alta polarización turística en lo referente a oferta hotelera (55% de establecimientos hoteleros y 70% de plazas del total del país).

El departamento de Matagalpa se encuentra localizado a 65 km de la capital, y tiene una topografía bastante accidentada. Se ubica en el altiplano del centro de Nicaragua, junto a Jinotega. Según algunos historiadores, el nombre se deriva del náhuatl y significa "Pueblo Enredado". La cabecera departamental de Matagalpa se localiza a 130 km de la capital y sus calles y casas permanecen en un continuo subir y bajar, según las ondulaciones del terreno, ya que se encuentra anidada entre varios cerros.

Es uno de los departamentos más productivos del país, y en sus valles se genera una gran diversidad de productos: arroz, maíz, flores y hortalizas variadas, y es donde se encuentran concentrados los principales productores del café y ganaderos. Hay gran abundancia de áreas protegidas como el Cerro Musún, donde miles de especies tienen su hábitat, así, pues, posee una gran riqueza en variedad

de aves y otras especies, y en sus lozanos bosques húmedos tropicales abundan los helechos y orquídeas.

También es posible encontrar algunos sitios de interés como las lagunas de Las Playitas, la casa natal del célebre poeta Rubén Darío y el valle de Sébaco. Otras poblaciones del departamento de Matagalpa son: Sébaco, Ciudad Darío, San Isidro, San Ramón, Esquipulas, Muy-muy Matiguás y Río Blanco.

DATOS SOBRE LA EVOLUCION HISTORICA DE LA POBLACION

En 1974 en que fue constituido el municipio de río blanco, este tenía una población de 3,811 habitantes, en su mayoría, un 95% era la población rural concentrada. Presento un crecimiento poblacional hasta en 1980 donde alcanzo 15,221 habitantes con una tasa anual de 19.9%.

De 1980 a 1984, se dio un descenso de la población llegando a registrar de crecimiento negativa de 11.45%. es de suponer que la política de reforma agraria, a partir del 80 favoreció el proceso de concentración y estabilización de campesinado en el municipio, así como la creación de cooperativas de producción ubicadas principalmente sobre la vía regional, proyecto denominado plan vía, que cumplía funciones socioeconómicas , políticas y estratégicas.

Al inicio de la década de los 90, se entro en un nuevo modelo de pacificación y reinsertion socio-laboral, periodo de relativa paz en cual viene a favorecer el crecimiento poblacional. Se implementaron nuevas oportunidades y opciones económicas a través de los organismos nacionales y extranjeros con presencia en la zona, políticas que de una u otra forma atrajeron y estabilizaron la población del área de estudio. En este contexto surgió PRODERBO (programa de Desarrollo micro regional de RIO BLANCO). En 1997,se estima la población en 26,773 habitantes.

La densidad habitacional es de 6.56 habitantes por vivienda, a nivel global no se observa hacinamientos, sin embargo, al detenerse en las localidades el indicador alcanza hasta 11.1 habitantes por vivienda. Las localidades poblacionales que se encuentran en esta situación son: cooperativa German pomares, la esperanza (manceras), San Miguel y el cedro (wanawas) y el Martillo (según fuentes de INEC 1995, SILAIS Matiguas, SILAIS RIO BLANCO y comité comarcal 1998).

Distribución espacial de la población

La población esta distribuida en 15 comarcas que comprenden un total de 29 localidades, con un rango de población que oscila desde 113 habitantes para la localidad más pequeña y 13,500 para la localidad más grande que Río Blanco.

Delegaciones institucionales

En el municipio de Río Blanco tienen presencia diferentes instituciones entre ellas:

- Ministerio de Educación, Cultura y Deportes
- Instituto Nicaragüense de Acueductos y Alcantarillados
- Ministerio de Salud- MINSA
- Empresa Nicaragüense de Telecomunicaciones- ENITEL
- Policía Nacional
- Juzgado Local, único de Río Blanco

INFORMACION GENERAL DEL MUNICIPIO DE RIO BLANCO

El municipio de RIO BLANCO cuenta con una población total 33,886 habitantes según proyecciones de INEC basada en el censo realizado en 1995.

Urbana: 13,874

Rural: 20,012

Total: 33,886

LIMITES:

Al Norte con los Municipios de Rancho Grande , Waslala y Siuna (RAAN) al Este con el Municipio de Paiwas (RAAS), al Sur y al Oeste con el Municipio de Matiguas

EXTENSIÓN TERRITORIAL

El Municipio de Río Blanco, cuenta con una extensión territorial de 700 km².

CLIMA

El Municipio se caracteriza por tener un clima Monzonico Tropical, cuenta con una estación lluviosa que dura aproximadamente nueve meses del año, la temperatura media oscila entre los 20 grados y 26 grados centígrados, lo que la hace cálida, fresca y agradable. Las precipitaciones pluviales varían entre los 2,400 y 2,600 mm anual caracterizándose por una buena distribución durante el periodo de invierno.

DENSIDAD POBLACIONAL

La densidad poblacional es de 37 hab/km².

ACCIDENTES GEOGRAFICOS

El Municipio comprende los siguientes ríos: El Wanawana, que sirve de limite con el Municipio de Paiwas, El Río Tuma, que lo separa del Municipio de Waslala y el Río Paiwas que lo separa del Municipio de Matiguas.

La región municipal es esencialmente montañosa, pero existen tierras bajas o de sabanas propias para agricultura.

REFERENCIA GEOGRAFICA

La cabecera municipal se ubica a 195 kms de Managua, con una altura sobre el nivel del mar de 241 mts. El punto más alto es el cerro Musún con 1,438 msnm

POSICIÓN GEOGRAFICA

Su posición geográfica se sitúa entre las coordenadas 12 grados 56 minutos latitud Norte Y 85 grados 13 minutos de longitud Oeste.

COMARCAS

El Municipio de Río Blanco cuenta con 16 comarcas.

1- Tawa

2- Cuatro Esquinas

3- Wanawás

4- El Auló

5- El Castillo

6- El Rosario

7- Las Peñitas

8- Manceras

9- Walana

10- Cabecera de Paiwas

11- El Martillo

12- Wanawana

13- La Ponzona

14- Río Blanco

15- San José de Paiwas

16- Cerro Musún

VIVIENDAS

Río Blanco cuenta con un total de viviendas de 4274 las que tienen un promedio de densidad habitacional de 6,13 personas por vivienda.

VIABILIDAD Y TRANSPORTE

En el municipio de Río Blanco existe una cooperativa de transporte denominada El Porvenir R.L, con un número de 40 vehículos, que prestan servicios de transporte colectivo y de carga llegando a todas las zonas de Río Blanco y comunicándonos con otros municipios y departamentos.

El transporte colectivo presta servicio en tres niveles:

A nivel Interdepartamental cubre las rutas de Río Blanco - Matagalpa, Río Blanco - Boaco, Río Blanco - Managua.

A nivel Intermunicipal: Río Blanco - Bocana de Paiwas , Río Blanco - Mulukukú, Río Blanco - Siuna, Río Blanco - Ubú Norte, Río Blanco - San Pedro del Norte.

A nivel Intramunicipal, Río Blanco - La Isla, Wanwás. Río Blanco - Walana, El Auló, San Andrés.

También contamos con una cooperativa de transporte denominada Abner Rocha con un número de 24 unidades que prestan servicio local e interlocal, Existen dos unidades de buses urbanos, uno para el Instituto de Secundaria y otro para la población en general.

Energía Eléctrica: Este servicio es brindado a la población a través de (ENEL) conectado al Sistema Nacional (SIN) cuya red proviene y es alimentada de las siguientes plantas:

La planta Centroamérica.

La Planta Carlos Fonseca.

La Planta Managua.

La Planta Nicaragua.

El 16 de agosto de 1997 se instaló en nuestro municipio la agencia de ENEL, la cual consta con un número de 1,607 conexiones domiciliarias en el casco urbano, y en el área rural 66 conexiones. Esta agencia está dotada de un administrador, una secretaria, una cajera, un cobrador, tres técnicos de líneas, los cuales se movilizan a través de una motocicleta, y un jeep.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS

La economía del municipio de Río Blanco está basada principalmente en la explotación agrícola y ganadera. El sector económico está dividido en tres aspectos.

Sector Primario:

-Sector Pecuario.

En nuestro municipio lo constituyen las actividades agrícolas y pecuarias ambas practicadas en general de forma extensiva. La principal actividad productiva es la ganadería vacuna de doble propósito , carne, y leche ,y la de mayor peso para la economía municipal. El engorde es para sacrificio local y extra local como Managua Y Nandaime, la leche es acopiada por la (Prolacsa) que recauda aproximadamente 40,000 litros de leche diarios la cual es enviada a Matagalpa. Tenemos cuatro 4 queseras que producen aproximadamente 200 quintales de queso semanalmente el cual es exportado en su mayoría para el Salvador.

-Sector Agrícola

Los cultivos más predominantes en nuestro municipio son : Maíz, Frijol, Cacao, Arroz., el arroz y la caña de azúcar se encuentra en pequeñas parcelas . La actividad agrícola en su mayoría es de subsistencia , el café y el cacao fueron en décadas pasadas los principales rubros generadores de ingresos , actualmente no son rentables por su baja productividad . El sector agrícola cuenta con un total de 33,935 manzanas sembradas.

Cultivo	Arroz	Frijoles	Maíz	Cacao
Manz. Semb.	953	7,000	24,372	1,610

-Sector Secundario

En nuestro municipio este sector comprende actividades industriales y de la construcción, las ramas de este sector son : Industria láctea (QUESERAS, ROLACSA) Industria artesanal del cuero , molinos , destace de res , etc. El área de la construcción es menos significativa, existen solamente 3 pequeñas fábricas de materiales que producen una variedad de productos de concreto (Arena y Cemento) lavaderos, cocinas, letrinas, decorados , bloques , pilares etc.

Principales problemas del sector secundario.

- No existe en la zona materia prima para la construcción
- Los insumos para procesar el cuero son caros.
- No existen canales de comercialización para los productos.
- Poca difusión y publicidad para los productos.

-Sector Terciario

El área comercial y de servicios se encuentra establecida principalmente en el casco urbano (Río Blanco) con un número de 2,43 negocios registrados en la Alcaldía, distribuidos de la siguiente manera;

Este sector ha presentado mayor dinamismo y desarrollo debido a la vinculación territorial de la cabecera municipal con el resto del país, caracterizada actualmente como un centro de servicio regional por sus relaciones comerciales y de servicios. Por su ubicación geográfica nuestro municipio ha tenido un gran crecimiento y desarrollo económico, así también se han fortalecido algunas comunidades ubicadas a lo largo de nuestras carreteras. (La Isla, Wanawás, San Andrés etc).

En algunas comunidades del área rural la actividad comercial más importante la constituye un día de mercado, un día a la semana hay mercado en las siguientes comunidades; Wanawás, La Isla, y San Andrés . Llegan camiones procedentes de Masaya, Matagalpa, Boaco, y del propio Río Blanco a ofrecer sus productos a los campesinos y a la vez a comprar granos básicos, cuajadas, queso, cerdos, y aves. La población rural dispersa concurre esos días al sitio de mercado a comercializar sus productos.

EDUCACIÓN

El sector educativo de RIO BLANCO, cuenta con un total de 9,583 estudiantes, 3,588 del casco urbano y 5,995 del área rural. En el casco urbano hay cuatro

escuelas primarias con un número de 2,193 alumnos, un Instituto de secundaria con 841 alumnos, un pre - escolar formal con un número de 94 alumnos, el Ceda con 163 alumnos, la educación de adultos es atendida por Ebanivel atendiendo 297 alumnos.

En el área rural el sector educativo tiene 81 escuela primaria, atendiendo a 4,598 alumnos, 25 pre- escolares no formal con un número de 686 alumnos, la educación de adultos es atendida por dos programas, Tradicional con 493 alumnos y Paebanic con 218 alumnos.

Proyectos

Se está haciendo gestiones con la Universidad " Uraccan " de Siuna, para que ponga una extensión en Río Blanco, el objetivo es darle estudio a aproximadamente 100 maestros en las carreras de ciencias de la educación, biología, ciencias sociales y matemáticas. Actualmente los maestros están estudiando en Matagalpa pero se les hace difícil debido a que tienen que pagar transporte, comida etc.

- Se están ejecutando seis proyectos de construcción y ampliación de centros escolares, estos son : 1. Reemplazo Multigrado Escuela Salomón Ibarra Mayorga.
- Reemplazo Multigrado Escuela Santo Domingo.
- Reemplazo Multigrado Escuela Carlos Mejía
- Reemplazo Preescolar Martín Centeno.
- Ampliación del Instituto Sor Oliva Lombardi.
- Ampliación de 4 Aulas Escuela Concepción Altamirano.

RECREACIÓN, CULTURA Y DEPORTE

El municipio cuenta con una casa de la niñez y la adolescencia, un centro donde se pueden llevar a cabo reuniones, seminarios, en la cual la comunidad tiene acceso para realizar sus eventos culturales. Contamos con una biblioteca municipal la cual se encuentra en buen estado físico y dotada de suficiente información.

En el área de deporte Río Blanco cuenta con 7 campos deportivos de baseball, uno ubicado en la parte urbana y seis en las siguientes comarcas; La Ponzofia, Cooperativa Germán Pomares, Wanawás, San José de Paiwas, Cuatro Esquinas y Walana.

En las comunidades de Wanawás y Walana, las actividades deportivas se realizan en las plazas o en las áreas comunales. El campo deportivo que se encuentra en el casco urbano del municipio está ubicado al este del pueblo en terrenos pertenecientes a la comuna, con un área de 1.5 manzanas de terreno, se encuentra en buen estado físico y cuenta con cierta infraestructura (Muro de piedra cantera y maya) en el área del home play.

Contamos con un campo de fútbol en el casco urbano localizado al oeste del municipio, en el que juegan seis equipos, no cuenta con ningún tipo de infraestructura. Tenemos 3 canchas de basketball, una municipal y dos escolares.

SALUD

Existe un único Centro de Salud ubicado en el casco urbano, el cual presta servicios a nivel municipal.

El casco urbano de Río Blanco no cuenta con un sistema de alcantarillado, haciendo uso de la técnica seca, consistente en sumideros y letrinas para disposición de excretas, en el resto de las comunidades es poca o nula la existencia de letrinas, depositando las excretas al aire libre.

TOPOGRAFÍA

La topografía es ondulada, presenta relieve variado con pendientes menores de 15% y mayores de 50% .

RECURSOS FORESTALES

El municipio tiene importantes recursos maderables, especialmente para construcción. Se puede encontrar las siguientes especies locales: Guayabon, Cedro Real, Quita Calzón, Coyote, Roble, Bálsamo, Níspero, Guanacaste, Jenizaro y Laurel.

Bosque alto: Palo de Arco, Guarumo, De altura: Copel, Cucaracho, Cola de pava, Matapalo, Chilamate, Guacimo blanco.

Bosque de galería o ribereño ubicado a orillas de los ríos: Almendro de río, Aromo de río, Zapote Mico, Higuerón, Sota caballo, cuajipal, olotillo, sauce de río y otros.

COMERCIO

El área comercial y de servicio se encuentra en el área urbana de río blanco con 492 establecimientos. Se destacan 147 del sector servicios, 320 comercios y 25 artesanías o pequeña industria. Este sector ha sido el de mayor dinamismo y desarrollo.

INDUSTRIA, COMERCIO, SERVICIOS

No	Tipo de establecimiento	Cantidad
1	Destasadores(matarifes) de reses	16
2	Destasadores(matarifes)de cerdos	25

3	Mini pulperías	40
4	Pulperías	70
5	Misceláneas	23
6	Comedores y restaurantes	80
7	Salones cervecedores	30
8	Gasolineras	3
9	Tienda de ropa y calzado	28
10	Repuestos para vehículos	5
11	Salones de billares	8
12	Zapaterías	10
13	Molinos	12
14	Clínicas odontológicas	5
15	Hospedajes	12
16	Joyerías	5
17	Taller de mecánica automotriz	7
18	Talleres de carpintería	9
19	Talleres de soldadura	5
20	Farmacias	15
21	Sastrerías	8
22	Televisión por cable cablevisión	1
23	Funerarias	4

24	Bloques y materiales de construcción	5
25	Productos agropecuarios	6
26	Productos lácteos queseras	7
27	Barberías y salón de belleza	7
28	Fotógrafos	7
29	armerías	1
30	Librerías	6
31	Compra y venta de granos	4
32	Talabarterías	4
33	Ferreterías	5
34	Talleres de reparaciones de radios y otros aparatos electrodomésticos	5
35	Talleres de vulcanización	6
36	Talleres de reparaciones y ventas de repuestos para bicicletas	5
37	Compra y venta de madera aserradas	3
TOTAL		492

De turismo por Río Blanco

En el municipio de Río Blanco existen muchos lugares de interés, actualmente, los muros del parque municipal le contarán un poco de la historia local ya que se pintó un mural donde se da a conocer a los primeros habitantes del municipio, a los alcaldes que han estado al frente de la municipalidad, se le rinde homenaje a las víctimas de los deslaves del Cerro Musun, como también a los personajes que han incidido en la historia de este joven pueblo que tiene 33 años de haber sido elevado a la categoría de municipio.

La reserva natural Cerro Musun, es un excelente atractivo para el que gusta la aventura en armonía con la naturaleza pues existen senderos para recorrer, lugares vírgenes y de mucha belleza.

Además existen cabañas para alojamiento las cuales brindan mucha seguridad y están equipadas con energía eléctrica y también con servicio de agua y servicios higiénicos, los cuales se pueden alquilar con módicas sumas económicas. Puedes disfrutar de un platillo que caracteriza a Río Blanco: Güirillas calientes con cuajadas de leche de vaca recién hecha y crema, como también de unos deliciosos frijoles cocidos como solamente aquí lo pueden hacer.

Y disfrutar de lugares como el mirador del río donde puedes disfrutar del mejor paisaje y vista de Nicaragua pues aquí se confunden en tus ojos la población del casco urbano y la belleza inigualable de la reserva natural Cerro Musun.

PRINCIPALES FOCOS TURISTICOS EN EL MUNICIPIO DE RIO BLANCO

1. EL CERRO MUSUN

Al sureste del extenso departamento de Matagalpa, luce altivo el último eslabón de la Cordillera Dariense: el imponente Cerro Musún. Cual eterno guardián, la

prominente montaña parece cuidar a los hijos del pintoresco poblado que lleva el nombre de uno de los frutos de sus entrañas: Río Blanco

La Reserva Natural del Musún, tiene cuatro mil 778 hectáreas de extensión, y es una de las 76 Áreas Protegidas de Nicaragua. Se sitúa a sólo tres kilómetros al norte del pintoresco poblado del mismo nombre, desde donde se pueden apreciar los blancos hilos de agua que caen desde lo alto, entre rocas y variada vegetación.

Ocho cristalinas fuentes de agua fluyen de las entrañas del cerro y surcan bajando sus laderas. En su recorrido entre grandes rocas forman impresionantes cascadas. De allí la traducción de la primitiva lengua Sumo: Musún: Cerro de Agua... Los fascinantes periplos por la gigantesca montaña inician por dos senderos en los que pueden apreciarse distintas variedades de plantas y animales.

EL SENDERO DE LAS CASCADAS

Uno de los recorridos inicia desde la estación de guarda parques y centro de visitantes, donde existe un mirador natural, desde donde se aprecia el poblado de Río Blanco y las altas montañas a su alrededor. Allí inicia el sendero, de poco más de 800 metros, que le llevará por puntos interpretativos denominados: El Chilamate, El Trapiche, Las Palmas y Liana, Los Gigantes del Bosque y La Cascada Las Golondrinas.

Aunque por 50 córdobas puede rentar un caballo, para hacer el recorrido. En descenso, por un estrecho camino peatonal, se llega ante un frondoso árbol de chilamate, el que según un llamativo letrero sirve de "restaurante de altura para murciélagos" y también como casa de las orquídeas.

Con más de un árbol caído sobre el camino, el siguiente punto es El Trapiche. Para llegar, hay que cruzar un cerco de alambres de púas. En el lugar funcionó un

trapiche de madera construido hace más de cien años en medio de un llano, donde existió un cañaveral y el curso del río La Golondrina, afluente del río Blanco.

A unos 200 metros de El Trapiche, inicia el ascenso por el sendero. En ese lugar, pretenden aprovechar las lianas para crear un natural sistema de diversión en el que los visitantes puedan experimentar aventuras en el aire, lanzándose de un punto a otro, para lo cual se están creando condiciones. En el recorrido a más de 700 metros sobre el nivel del mar existe un pequeño "ojo de agua", donde nace un riachuelo que es el único en el sector donde existen moluscos a esa altura.

Un poco más adelante están Los Gigantes del Bosque, árboles de distintas especies y de gran altura. Entre ellos hay un inmenso árbol de higos el que jamás ha sido intervenido por la mano del hombre y luce imponente entre los demás árboles hasta llegar a la impresionante cascada Las Golondrinas.

El río desciende entre variada vegetación y sobre grandes rocas forma tres mágicas caídas. En la parte más alta, decenas de golondrinas anidan entre las piedras. A la orilla del último salto de agua es otro de los lugares preferidos por los turistas para acampar.

Aunque las cascadas lucen tentadoras para un buen chapuzón los guardas parques se aseguran de que nadie se introduzca al agua, porque es la que sirve para el consumo de las ocho comunidades aledañas a la Reserva Natural y también para el poblado de Río Blanco.

En todo el recorrido es posible observar distintas especies animales. "Pero depende de la hora": por la mañana es fácil detectar muchas palomas rodadoras, pavas, golondrinas, pájaros carpinteros, garza blanca, quetzales, gavilanes, entre otras especies de aves. Internándose más en el Musún, es

posible apreciar algunos osos hormigueros, monos congos, perezosos, ardillas, conejos, zahinos, dantos, venados, guardatinajas, jaguares, entre otros.

¿COMO LLEGAR?

Si el visitante sale desde la región del Pacífico, puede tomar la ruta Tipitapa-San Benito-Boaco-Muy Muy-Matiguás-Río Blanco. Se recorre un trecho de aproximadamente 180 kilómetros sobre carretera pavimentada en buen estado, es decir, unas tres horas de viaje en vehículo particular.

Otra ruta es la deteriorada carretera pavimentada Matagalpa-San Ramón y desde aquí hay dos opciones sobre carreteras de macadán en mal estado: San Ramón-Muy Muy o San Ramón-El Jobo. En los últimos puntos empalma la carretera pavimentada hacia Matiguás y Río Blanco.

Desde el Mercado Mayoreo, en Managua, y la terminal de buses norte, en el barrio Guanuca, de la ciudad de Matagalpa, salen buses de transporte colectivo con destino a Río Blanco.

Para llegar hasta la estación de guarda parques y el centro de visitantes en el Musún, existe un trecho de tres kilómetros de macadán. Por sus inclinadas pendientes, es recomendable ir en vehículos de doble tracción. En el breve recorrido, hay que cruzar un río en el que es común ver a mujeres lavando ropa y niños jugando en el agua. Es un buen punto para veranear.

LOS MISTERIOS DEL MUSUN

Entre los guarda parques del Musún, podrá encontrarse con Miguel del Socorro Jarquín Artola, un espigado joven de tez morena y complexión delgada, quien cuenta fantásticas anécdotas surgidas de la Reserva Natural, donde nació y creció

como un nato depredador de la fauna, hasta que se convirtió en uno de sus más asiduos protectores.

"Coco", a como le llaman, conoce cada rincón de la inmensa montaña y los ocho caseríos aledaños. También asegura haber sido protagonista de increíbles historias que rayan entre la fantasía y la realidad.

En las cascadas Las Golondrinas, entre árboles de altas copas y con la caída del agua de fondo, Socorro señala hacia las partes altas al norte del Musún, y un gran reloj de color verde que lleva en su muñeca izquierda destella al recibir la luz solar, mientras, el muchacho alza la voz e inicia uno de sus misteriosos relatos que acaparan la atención de un grupo de visitantes que le acompañan.

"Una vez, en ese cerro, andábamos con mi papá, uno de mis hermanos y dos tíos, y llevábamos un montón de perros. Íbamos a cazar zahínos, cusucos, guardatinajas o lo que encontráramos. Era de tarde, en un invierno", dice Socorro.

Como es característico durante el invierno, la densa neblina cubría las montañas. Socorro y su padre del mismo nombre, junto a su hermano Francisco y sus tíos Ubencio Martínez y Facundo Guzmán, continuaban buscando animales para cazarlos.

El joven guarda parques añade: "Seguíamos en el cerro y de pronto: 'pá, miramos que se despejó el lugar. Se levantó la nube y quedó despejado. Entonces vimos unas trochas (caminos) recién hechas, unas casas, gallinas, y eso nos preocupó porque sabíamos que eso no existía. Buscamos cómo salir, pero comenzamos a dar vueltas por el mismo lugar y nunca salíamos. Estábamos perdidos en el mismo lugar".

Según el relato de Socorro, fue entonces que su tío Ubencio les increpó:

Esto es algo que uno de nosotros lleva, porque si no ya hubiéramos salido.

Yo llevo unos huevos de gallina de monte que recogí en el camino, respondió Francisco, el hermano de Socorro.

Entonces bótalos porque si no nos vamos a quedar perdidos, advirtió don Ubencio.

Y Socorro continúa con su anécdota: "Cuando mi hermano botó los huevos, ya entonces logramos encontrar nuestras propias huellas y pudimos salir del lugar. Después fuimos a comprobar lo que habíamos visto y no pudimos volver a ver nada. Supimos que lo que habíamos visto no existía y que fue por los benditos huevos de gallina de monte que mi hermano se llevaba. Era como un lugar encantado para que nadie se llevara nada".

COSTOS EN LA ESTACION DEL GUARDAPARQUES

SERVICIOS Y COSTOS EN CORDOBAS

Guía por un día C\$100.00

Alquiler de casa de campaña para dos personas C\$150.00

Alquiler de Casa de campaña para seis personas 250.00

Sacos / colchones para dormir (*) C\$50.00 c/u

Alquiler de bestias para recorrer la Reserva C\$50.00

Desayuno tradicional de la zona (frijoles, cuajada, crema, tortilla y café) C\$20.00

Almuerzo tradicional (frijoles, cuajada, crema, tortilla, carne de res y café) C\$35.00

Hospedaje por cada visitante en la estación de guardaparques C\$50.00

SENDERO CORTO 1

El sendero (para turistas a pie) inicia en el propio parque del poblado. Tomando hacia la salida llegamos en pocos minutos a "los encuentros" en este lugar se unen los ríos el martillo y río blanco con sus aguas tibias y frías respectivamente aquí empieza la subida al cerro musun.

A su cima se puede llegar también en vehículo, esta es otra opción hasta la propiedad casa del señor Jorge Waimer o montado a caballo sobre la carretera que abrió un proyecto para la instalación de una antena para la navegación aérea, el cual fue abortado por los pobladores y Alcaldía Municipal al atravesar las principales fuentes de agua del poblado.

En un tiempo de media hora de esta propiedad se llega al río la golondrina, en donde en paisaje paradisíaco se puede convivir con la imponente montaña (aquí inicia el bosque), aguas cristalinas, saltos de agua, animales silvestres y un ambiente propio para ser protegido, defendido y mejorado. En este sector se propone iniciar el sendero ecológico largo que llegaría hasta el cerro el mojón que está ubicado en el centro del macizo montañoso del musun. En su cumbre está el mojón geodésico que marca la altura y que fue colocado en este sitio en 1959.

SENDERO CORTO 2

También se puede acceder al sector este por medio de caminos que se inician en la propiedad del señor Teodoro Méndez. Sobre veredas se puede subir hasta algunas pequeñas fincas en las laderas del cerro. En ellas los pobladores crían aves, cerdos y pequeñas cantidades de ganado bovino. Estos además cultivan pequeñas áreas de hortalizas que comercializan en Río Blanco (tomates, repollos, yucas).

En sus proximidades baja el río blanco. Sus majestuosas caídas o saltos se ven resplandecientes desde la carretera de acceso al poblado (la ponzoña), en

especial el salto la golondrina. Unos metros arriba se encuentra la toma de agua principal que abastece de agua potable al poblado.

SENDERO CORTO 3

Una excursión interesante se puede hacer tomando el rumbo sobre el cauce del río blanco, este se inicia al igual que el sendero numero 1, solo que nos desviamos en los encuentros río arriba. Siguiendo su cauce se puede apreciar las hondonadas o cauces que durante miles de años ha esculpido el agua del río. Se debe tener cuidado si decide escalar algunos paredones de las escarpadas laderas. Desde este sector nos podemos desviar hacia las fincas aledañas o subir hasta la fuente de agua.

SENDERO LARGO NUMERO 1

Se inicia en el sendero corto No 1. Continuamos en el río "La Golondrina" sobre la vereda (muchas veces cerrada) que trazaron los ingenieros que trabajaron en la ruta de la carretera proyectada. El recorrido se hace en unas dos horas, llenas de aventuras y de convivencia con la naturaleza. Se pueden apreciar huellas de animales silvestres, flora espectacular del bosque primario, musgos, líquenes, árboles centenarios y sobre todo calma y un lugar para meditar.

2. SITIO ARQUEOLOGICO: MARTIN CENTENO

Esta comunidad esta ubicada a 3 kilómetros de Río Blanco, los cuales en un tramo de 2 kilómetros se hacen a pie.

Esta comunidad surge en 1984 con gente que dejo sus parcelas a causa de la guerra, formando un asentamiento que lleva el nombre de Martín Centeno. Este era un joven que pereció durante la guerra. La gente de esta comunidad se dedica a la agricultura y ganadería. La mayoría de ellos trabaja como jornaleros.

En su comunidad cuentan con una escuela rustica de dos aulas en donde estudian unos 40 niños y adolescente .existe un preescolar comentario con 20 niños, una capilla católica, religión que predomina, una plaza donde los jóvenes y niños se divierten en sus momentos libre.

Posee servicio de agua potable. En total hay unas 47 familias, con 226 habitantes. Las necesidades de esta comunidad están relacionadas con la salud, falta de empleo, energía eléctrica y transporte.

El atractivo turístico de esta localidad además de la hospitalidad y familias con que reciben a los visitantes, es el sitio Arqueológico que podría ser el de mayor importancia en la zona central del país. Se trata de más de 120 montículos de piedra y decenas de estatuas zoomorfas o antropomorfas que se encuentran desprotegidas (a flor de tierra). Muchas de ellas ya han sido saqueadas o trasladadas a otros lugares. Muestras de ellas podemos observar en la casa cural, en algunas escuelas, preescolar, etc.

Este lugar fue objetivo de un estudio por técnica y artrópodos del Instituto Nicaragüense de Turismo (INC) en 1997, quienes impartieron un seminario sobre la participación de la sociedad civil en el marco de la protección del patrimonio cultural nacional.

3. RUTA RIO BLANCO- LA ISLA, WANAWAS.

Como se ha señalado en otros capítulos, la zona norte del municipio se caracteriza por la falta de caminos y carretera de acceso a las comunidades rurales. La zona denominada Isla Wanawas carecía de carretera hasta hace unos años en que gracias a PRODERBO se construye una vía de acceso con una longitud de 16.5 Km desde el empalme El muñeco hasta el poblado de Wanawas que se ha considerado como el segundo centro poblacional en el municipio.

La zona se caracteriza por ser aledaña al cerro Musun que domina el paisaje de impresionante belleza, especialmente desde el caserío y comunidad la Isla. Este lugar ofrece a lugareños y visitantes una amplia vista de la situación de los recursos naturales y en especial del área protegida del cerro Musun.

Los días sábados llegan decenas de comerciantes al (DIA de mercado) en donde se puede apreciar varias formas de intercambio comercial, compra – venta de productos agropecuarios y hasta el ancestral *trueque*. La principal producción de cacao, café, granos básicos, cerdos, queso y cuajada que se pueden obtener a precio favorables.

Continuando nuestro recorrido podemos apreciar durante el trayecto los innumerables ríos que surgen del área de reserva del Musun: Río Bilampi, Wanawas, etc. Wanawas es un poblado en proceso de crecimiento acelerado, después de años de estar escondido, debido en primer lugar a la falta de carretera y en segundo por la inestabilidad social que aun después de la guerra de los años 80 prevaleció.

La carretera vino abrir nuevas esperanzas, ya que el poblado presenta los cimientos de una futura ciudad, cuenta con una infraestructura muy amplia como una plaza, una capilla católica, escuela en construcción, centro de desarrollo comunal, casas o viviendas rusticas e innumerables comercios que renacen sobre todo en los días de mercado: comedores, bares, salón de billar.

Cuentan además con un sistema de agua potable, cerca pasa el río wanawas que tiene numerosos saltos. La población es amable y todavía prevalece la timidez campesina del sector menos favorecida por el desarrollo de la zona.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA AL SECTOR HOTELERO DE RIO BLANCO

1. análisis de la oferta del servicio

1.1 aspecto histórico

En río blanco se cuenta con 10 establecimientos que ofrecen alojamiento y otros servicios adicionales. De acuerdo a los datos recopilados en la encuesta al sector hotelero del municipio radicado en el área urbana, el primer establecimiento o pensión que se estableció en 1968, es pensión esperanza que funciona desde hace mas de 30 años, siendo propiedad de la familia castillo treminio.

Doce años más tarde surge el hospedaje copalar (1980), propiedad del señor Daniel arguello. Este hospedaje es también conocido como "Dochita". Por esa misma época aparece el Hotel Señorial de Doña Luz Blandan.

En 1990 aparecen brindando igual tipo de servicios el hospedaje Alicia y el hotel Río Blanco. En 1999 con el auge comercial y la pacificación de la zona, así como la influencia de las mejores condiciones de acceso al poblado con la pavimentación de la carretera Managua-Boaco-Río Blanco; que atrae a mayor numero de comerciantes, emigrantes y turistas, abre sus puertas dos nuevos hoteles Hotel Musun (06.01.99) y el hotelito El Mirador (02.99) .Estos dos establecimientos rompen con el tradicional esquema de hospedajes o pensiones brindando servicios relativamente modernos.

Infraestructura e instalación:

- Números de habitaciones y camas.
- Mobiliario y condiciones de las habitaciones.

La infraestructura de los diferentes hoteles y alojamientos de Río Blanco no fueron diseñados para tal fin. Se han adaptado o modificados construcciones

diferentes para poder funcionar. Esto como veremos mas adelante no brinda las condiciones necesarias en la mayoría de los casos para satisfacer el gusto de turistas más exigentes, aunque la tendencia en la actualidad es la demanda de alojamientos rústicos, casas de huéspedes y hoteles que brinden diversos en un mismo establecimiento.

En conjunto los 10 establecimientos poseen 200 habitaciones con unas 245 camas (184 unipersonales y 61 matrimoniales)

- En su mayoría todos los establecimientos que atienden a huéspedes ofrecen servicios básicos: camas con sus respectivos colchones, almohadas y ropa de cama.
- El mobiliario es mínimo y puede ser alguna pequeña mesa de noche y su silla
- Algunos facilitan "mosquiteros" para la protección contra los mosquitos, así como abanicos para el calor.
- Respecto a los servicios higiénicos solamente un hotel cuenta con instalaciones adecuadas en cada habitación, así como baño y ducha. Cuatro poseen servicios higiénicos colectivos.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Se refiere a tres condiciones o servicios adicionales para hacer más agradable la estadía de los visitantes.

- Tres hoteles ofrecen alimentación además de alojamiento
- Tres tienen servicio de lavado y planchado
- Dos cuentan con Bar anexo al hotel

- En cuatro establecimientos se ofrece café(en uno hay cafetín) ; refrescos y en otros se ofrecen comidas ligeras(fritanga)
- En uno además cosméticos
- Casi todos poseen teléfonos

2. Análisis de la demanda del servicio.

2.1 Procedencia de los usuarios.

En casi todos los hoteles de RIO BLANCO no se lleva un registro adecuado de usuarios. Estos datos pudieran servir a las instituciones tanto locales como nacionales, en especial al INTUR para futuros proyectos turísticos en las localidades. Los datos que reflejamos en la encuesta estan basados en comentarios dado por los propietarios.

2.1.1 Dentro del municipio

El municipio de Río Blanco se caracteriza por su eje de paso de las diferentes rutas hacia otros municipios: RIO BLANCO- SIUNA; RIOBLANCO-MATAGALPA; RIOBLANCO-BOACO-MANAGUA, RIOBLANCO-B OCANA DE PAIWAS, ETC.

Otra característica (negativa) es la falta de vías de comunicación en la parte norte del municipio. Los pobladores de esta comarca suelen hacer sus gestiones en la cabecera municipal. Muchos de ellos por las dificultades y por inexistencia de vías de acceso a sus comunidades tienen que permanecer varios días en Río Blanco, siendo estos potenciales usuarios de los hospedajes.

Para ilustrar un poco de las ideas anteriores presentamos el criterio de un propietario de hospedaje de Río Blanco: aunque la carretera (pavimentada) brinde una mayor demanda de visitantes, no es lo indispensable, ya que antes cuando

eran malos los caminos la gente tenía que quedarse varios días por las dificultades de transporte, ahora no (Ariel González, propietario de hotel Musun).

Otro sector que hace uso de estos locales son las instituciones y organizaciones que brindan capacitación a su beneficio: PRODERBO, Alcaldía Municipal, Cooperativas de Ahorros y Crédito-CARUNA, etc. que hacen uso de estos servicios de hospedaje regularmente.

2.1.2 De los departamentos

La mayoría de huéspedes son comerciantes y productores (pensión Esperanza) de los departamentos, entre ellos se menciona Managua, Masaya y Rivas (Hospedaje Río Blanco).

2.1.3 De otros países

Constantemente llegan a Río Blanco personas de otros países durante todo el año. De acuerdo al criterio de los encuestados ellos son sobre todo "gringos" (hospedaje señorial); políticos o diputados de el Salvador (Hotel Musun); turistas de Centroamérica (hotelito El Mirador).

2.1.4 Capacidad del servicio actualmente

Los datos suministrados nos reflejan que en las condiciones actuales se atienden a mas de 800 personas al mes; cifra que consideramos mínima, basados en la falta de registros y comparando la constante afluencia de personas al poblado.

2.1.5 Épocas, periodos de mayor demanda

Como épocas buenas los propietarios señalan los siguientes:

- inicio del año Enero, Febrero, Marzo. Meses que coinciden con el verano en la zona
- salida de la cosecha
- fiestas patronales, Diciembre
- ocasionalmente a veces no se queda nadie y a veces se llena
- como épocas malas todos coinciden y señalan a las estaciones lluviosas o invierno.

2.1.6 Estadía y objetivos de la visita

La duración promedio en días de la estadía de los huéspedes en los diferentes alojamientos es variada:

- 5 días (hospedaje Alicia)
- 1 mes, 8 días, 4 días (hotelito El Mirador)
- de 3 a 4 días (hospedaje Río Blanco)
- la mayoría una noche (pensión esperanza)

Los motivos de permanencia en los hospedajes son mas claros: negociantes, compradores (hospedaje copalar). Como se puede apreciar, la afluencia de huéspedes tiene diferentes objetivos, entre los cuales se destacan: comercio (vendedores, compradores) trabajo (empleados de empresas o distribuidores).

3. calidad y precios

Los precios estan en dependencia de la calidad del servicio y oscilan entre los C\$60 (sesenta córdobas) como mínimo hasta los 180.00 C\$ (ciento ochenta córdobas) como máximo por noche.

4. Proyecciones de mercado

Se denota la preocupación de la mayoría de los dueños de hospedajes por mejorar la calidad del servicio. Entre las mejoras señaladas están:

- Instalación de un restaurante interno (H. MUSUN).
- Mejoramiento del comedor (H. El Mirador).
- Brindar servicio de garaje y mejorar los servicios higiénicos (P. Esperanza).
- Ampliación del local (H. Copalar).
- Estos proyectos se tienen planificados a corto plazo.

5. Estrategia de comercialización

Todos pretenden brindar un buen servicio o ampliarlo sin perjuicio o incremento excesivo de los precios. Todo esto llevaría a un incremento de los usuarios estimado en mas 600 personas al mes.

6. Aspecto financiero.

- De los 7 establecimientos, 5 afirman tener apoyo de las instituciones financieras lo que se considera positivo para el sector hotelero. Se mencionan las siguientes instituciones: BANCENTRO Y FINDESA.
- Dos cuentan con capital propio, aunque requieren de financiamiento para ampliación de la infraestructura y servicios.

7. Impacto Ambiental

7.1 Tratamiento de desechos:

-basura: todos hacen uso del servicio público de recolección de desechos sólidos (basura) que brinda la Alcaldía de Río Blanco.

-desechos de comidas: la mayoría (de los que ofrecen alimentación) expresa regalarlos a vecinos o tienen su chanchillo a quienes van dirigidos los desperdicios o machigues.

-desechos líquidos: no hay tratamiento ni instalaciones adecuadas. Consiste en zanjas que en su mayoría van al patio vecino o a la calle.

- aguas negras: cinco hospedajes cuentan con inodoros con sus respectivos sumideros o tanques por infiltración o por emanaciones.

8 .Aspecto económico, social. Turístico

Economía: este rubro tiene la cualidad de ofrecer plazas de trabajo, tanto permanentes como temporales. Se emplean a diferentes personas en variadas y diversas ocupaciones: cajeras, cocineras, lavadoras de ropa, planchadoras, vigilantes(CPF), mensajeros,etc.Los principales beneficiarios son las familias de los propietarios de hoteles u hospedajes.

Indirectamente garantiza ingresos y empleos a nivel local a comerciantes, pulperos, productores de frutas y hortalizas. Se benefician personas de otras localidades como: por ejemplo a los "masayas" que surten en el mercado con variedad de frutas y verduras, a las distribuidoras de bebidas, gaseosas y cervezas (cocacolay pepsi); distribuidores de productos de limpieza (jabón, detergentes, desinfectantes), distribuidores de Granjas Avícolas (TIPTOP, Pollo Estrella) y a vendedores ambulantes de diferentes productos (escobas, condimentos, utensilios plásticos)

Contribuye al desarrollo local y regional al contribuir con impuestos a la Alcaldía Municipal, Administración de Rentas (IR). Son principales contribuyentes y consumidores de servicios como agua (INAA), energía eléctrica (ENEL), teléfonos (ENITEL)

RESULTADOS DE LA ENCUESTA AL SECTOR RESTAURANTES Y COMIDERIAS DE RIO BLANCO.

1. Análisis de la oferta del servicio

1.1 aspecto histórico

La encuesta fue realizada en 15 establecimientos tipo restaurantes y comedores. Todos ellos brindan sus servicios en el área urbana de Río Blanco. Solamente 5 de ellos por las condiciones e infraestructura que poseen son considerados como "Restaurantes", tomando en cuenta la cantidad de usuarios, así como la calidad de los productos y servicios que brindan. Ellos son: Restaurante LOS RANCHOS, MUSUN 2, BOSAWAS, LA CASCADA, EL MIRADOR.

Los otros 10 negocios encuestados brindan un buen servicio, aunque no cuentan con instalaciones adecuadas. Atienden a diversos sectores de la población tanto local, de comarcas aledañas, visitantes de otros departamentos, trabajadores y turistas de otros países. Entre ellos tenemos: MUSUN 1, ATLANTICO, MABEL, DISCOTECA EL LOBITO, COMEDOR FLOR ORTEGA, SEÑORIAL, EL COCTELITO, ALICIA, COMEDOR GONZALEZ, ROSTICERIA PABLITO.

Existe otro tipo de establecimientos que diversifican este tipo de servicios. En su mayoría son denominados "bares" o "comedores" o mas popularmente se conocen como "cantinas", en donde su especialidad es el expendio de licores, cervezas, cigarrillos, etc.

La proliferación de "bares" se ha dado en los últimos meses en el sector conocido como "El mecate" que esta ubicado en la salida hacia Mulukuku. Estos negocios por no contar con las condiciones básicas necesarias no son objeto de nuestro estudio, aunque consideramos desproporcionado su crecimiento y recomendamos su regulación por parte de las autoridades locales.

2. Épocas buenas para el rubro.

En el servicio de restaurantes y comiderías se puede apreciar el criterio de los propietarios comprendiendo como periodo (época), "buena" a los meses o días de mayor venta o ingresos.

Durante el año la mayoría coinciden en que los meses de verano (estación seca) son los de mayor venta. Complementan la información los siguientes criterios: "cuando hay seguridad en la zona", entendiendo esto como estabilidad social necesaria tanto a nivel local como nacional de la cual carecíamos hace algunos años. La idea "cuando hay préstamos bancarios" indica mayor inversión y oferta en cuanto calidad y variedad de los servicios al público, lo que se traduce en mayores ganancias.

Como periodo "malo" se entiende los meses de ventas bajas o poco ingresos. Estos son temporada de lluvia (invierno); épocas antes de la salida de las cosechas de granos básico como café o cacao. Las fiestas religiosas, tanto patronales, navidad y semana santa son considerados como bajo en venta debido a que la mayor parte de la población realiza actividades familiares en sus hogares o sale fuera del poblado (en especial durante semana santa).

3. Infraestructura e instalaciones: Mobiliario y equipo

Respecto a las condiciones físicas en los 10 establecimientos se puede resumir en las siguientes:

- Se cuenta a nivel local con 14 espacios o locales dentro de ellos los negocios en donde se puede disfrutar de variados platillos, bocadillos y bebidas.
- Las condiciones de los servicios higiénicos "No son muy adecuadas". En total existen 8 servicios higiénico (inodoro) en 7 locales, 2 letrinas y solamente 5 lavaderos y 3 urinarios para los usuarios. En algunos casos se hace uso de lavaderos, casi todos tienen pilas para almacenamiento de agua.

4. Restaurantes: variedades y demandas de los consumidores

La mayor demanda y oferta, así como variedades de precios esta en dependencia del establecimiento, en especial lo que se oferta en los 5 restaurantes principales. Se oferta las siguientes variedades .

4.1 COMIDA A LA CARTA-MENU

-carne de res: asado de res, bistec, filet jalapeño, filet musun 2, carne a la plancha, lomo de costilla, lomo a la plancha, encebollado de res, lengua en salsa, churrasco. los precios varían de 100 a 140 córdobas.

-carne de cerdo: asado de cerdo, lomo de cerdo a la plancha (100-120 córdobas)

-pollo: pollo en salsa, entomatado, empanizado, rostizado, pollo a la crema, pollo al vino, chuleta de pollo a la plancha, churritos de pollo (de 75-120 córdobas)

-pescado y mariscos: pescado frito, pescado en salsa, camarones empanizados, en salsa, al ajillo, chuleta de pescado, pescado a la tipitapa, curvina a la plancha. precios: de 85-150 córdobas

-sopas: sopa de huevo de toro con chesos, sopa de pescado. Sopa de camarones, sopa de langosta, sopa de res, sopa mariscada. precios: varia de 65 la ½ taza a 120 córdobas.

-cócteles: cóctel de concha negra, cóctel de camarón, ceviche de pescado, cóctel de huevos de paslama. precios: 75 córdobas.

4.2 Comida corriente: es la de mayor demanda debido quizás a su menor precio, tiempo de preparación y gustos de la población. Dentro de este tipo de comida el mayor consumo en cuanto a carnes se afirma que es la carne de pollo en sus diferentes recetas, sabores y preparaciones, se consume además carne de res y cerdo.

COMIDA CORRIENTE-MENU

-frijoles, arroz, ensalada, tostones y una pieza de pollo.

-gallopinto, tajadas, huevos (cocidos, revueltos, enteros) y pollo
-asado de res y bistec.

La comida rápida empieza a tener mayor demanda en la localidad, entre la oferta y variedades ofertadas tenemos: sándwich, hot dog, hamburguesas, pollo rostizado, tacos, enchiladas, etc.

5. Otros servicios

5.1 Bar

En los 5 establecimientos se cuenta además de alimentos con oferta de licores, cervezas tanto nacionales como extranjeras. En tres de ellos se afirma que es el principal rubro, es decir el que genera mayor ingreso. Presentamos una lista de los refrescos, licores, jugos y cervezas que se ofrece en los diversos bares, de acuerdo a lo expresado por sus propietarios:

-Licores Nacionales: Ron Flor de Caña en sus versiones más consumidas (Extra Lite, Gran Reserva, etiqueta negra y Centenario).

-Licores extranjeros: Johnny Walter (Rojo y Negro), Ron bacardi, Scotch Leader (whisky), Chiva Regal (whisky), Champagne.

-Cervezas Nacionales: Victoria, Toña, Victoria frost, Smirnoff, premium.

-Cervezas Extranjeras: Corona, Budwaiser,

-Gaseosas: CocaCola, soda (Kinley), Fanta (naranja rojita), Fresca de Toronja, Pepsi, Rojita, soda (ENSA), Seven Up, Mirinda. Estas pueden presentarse en botella, lata y pote.

-Cigarrillos Nacionales: Belmont grande y de ½ paquete, Delta, Winsord.

-Cigarrillos Extranjeros: Marlboroy kent.

5.2 Música y Recreación

Para ambientar los locales y para la recreación y diversión del público consumidor en los 15 locales se cuenta con 5 equipos de sonido (componentes y mini componentes de sonido) de diferentes marcas, capacidades y potencia. Cuentan además con 4 grabadoras, un conjunto musical y una roconola.

La música que más se escucha es la música "ranchera", en especial por la gente adulta, seguida de música romántica y ritmos modernos que prefiere la juventud.

- Algo nuevo para nuestra población es el servicio a domicilio que se puede obtener en tres restaurantes (Los Ranchos, Musun 2 y El Mirador)
- Discotecas: además de alimentos en cinco locales disponen de discotecas o pistas de baile.
- En el comedor "Señorial" se puede saborear ricos nacatamales y repostería (queques).

6. Calidad y Precios

Varían de acuerdo a la categoría del establecimiento: restaurantes y comedor así como el tipo de menú. La comida corriente tiene un costo desde los C\$40 (desayunos), hasta los C\$70. La comida a la carta varía de los C\$75 a los C\$150

7. Impacto Ambiental

- Desechos sólidos: el 100% utiliza el servicio público que garantiza regularmente la Alcaldía Municipal.
- Desechos de cocina: se destinan en su mayoría para la alimentación de cerdos, tanto propios como de vecinos o amigos.

8. Regulaciones Legales y Permisos

Todos los locales están debidamente inscritos, tanto en la Alcaldía Municipal, Administración de Rentas, El Ministerio de Salud regula mediante inspectores de calidad y sanidad las instalaciones. El expendio de licor esta regulado por la Policía Nacional, debiendo estar autorizados por ellos.

CAPITULO III

CONCLUSIONES

- El municipio de Río Blanco cuenta con un potencial turístico envidiable, inexplorado y en constante peligro de degradación. El principal foco turístico de la zona son los recursos naturales, representados en primer lugar por el bello y majestuoso "Cerro Musun", que ha despertado en los últimos años el interés de la población y de las autoridades locales no solo por protegerlo sino por acelerar su destrucción como es el caso de la instalación de antenas en su cima, construcción de trochas y carreteras en sus faldas y alrededores.
- Otro recurso aun no explotado y hasta cierto punto descuidado en su potencial turístico y económico son los ríos que bañan el municipio.
- Los pobladores del municipio convivimos con "Bellezas Escénicas" y paisajes de infinita belleza natural que no apreciamos y que por el contrario deterioramos constantemente. No existe una educación o "cultura turística" o política de desarrollo integral en todo el municipio que incluya el fomento a este rubro. El patrimonio cultural es "desconocido" por la población.
- La historia, antropología y cultura local no ha sido objeto de estudios. Nuestros centros arqueológicos principales no han sido descubiertos a excepción del Sitio Arqueológico "Martín Centeno" que fue estudiado mediante un levantamiento topográfico en 1998 por parte del instituto nicaragüense de cultura (INC). La Alcaldía Municipal no ha hecho mucho por proteger dicho sitio mediante decretos municipales o proyectos concretos para proteger dicho sitio.
- La sociedad rural, su evolución histórica, formas de intercambio y necesidades sociales no han sido debidamente identificadas, estudiadas y atendidas. Es necesario potenciar los mercados campesinos rurales, sistemas de producción y comercialización de productos agropecuarios.

RECOMENDACIONES

1. Hacia las autoridades locales

- Realizar campañas intensivas y constantes para el fomento y protección de los recursos naturales y medio ambiente.
- Dedicar recursos, gestiones y personal permanente en los proyectos dirigidos al Manejo sostenible del Cerro Musun. Darle al Parque Nacional la importancia que se merece y no solo como proveedor de agua para el poblado.
- Exigir mayor apoyo y recursos de las instancias nacionales (INC, INTUR, etc) para la realización de proyectos turísticos y culturales.
- Definición de una política clara y participativa del papel de la municipalidad respecto al medio ambiente y recursos naturales.
- Garantizar la estabilidad social y seguridad ciudadana. Regulación y seguimiento de los servicios que están fuera del orden y costumbres de la población (Policía Nacional, MINSA, Alcaldía)
- Realizar campañas de limpieza "permanente" en los principales poblados con la participación organizada de la población, a través de organizaciones de barrios, radio local y otros medios.

2. Hacia los propietarios de establecimientos con proyección turística

- Mantener y mejorar el servicio que se viene brindando a la población y visitantes.
- Se sugiere una organización conjunta entre los dueños de hoteles y restaurantes para brindar un servicio de calidad.
- Detalles a mejorar en los establecimientos:
 - A) En los hospedaje

- Mejorar las condiciones de iluminación de las habitaciones, ventilación y mobiliario de las mismas.
- Llevar registros del movimiento de huéspedes. Esto es básico para proyectar el futuro proyecto turístico local.
- Debido a que en la actualidad los principales "usuarios" de alojamientos son "comerciantes" se deberá garantizar en lo posible locales o salas, etc adecuados para negociaciones o transacciones comerciales. Por ejemplo: teléfonos, fax son recomendables.

B) En los restaurantes

- Velar por la higiene y salud del personal que manipula alimentos.
- Fomentar dentro del menú la comida y cocina nacional o local, tan rica y variada, incluyendo el expendio de refrescos naturales que se producen en la zona.

3. Hacia la población (usuarios)

- Mantener cordura y educación al visitar los establecimientos.
- Solicitar adecuadamente la atención o servicios requeridos.
- Dar sugerencias a los propietarios o administradores para mejorar el servicio.
- Fomentar el cuidado y protección de los recursos naturales para el buen uso de los mismos y desarrollar el turismo en la zona.

**BIBLIOTECA
U C E M**

BIBLIOGRAFIA

1. [http://www.nicaraguaeduca.edu.ni:8088/wikinica/index.php/Municipio_de_Rio Blanco](http://www.nicaraguaeduca.edu.ni:8088/wikinica/index.php/Municipio_de_Rio_Blanco)
2. http://www.toursnicaragua.com/why_visit.html
3. Diccionarios online
<http://www.diccionarios.com/consultas.php>
4. Éxito Comercial: Tercera Edición
5. Nicaragua
<http://www.flags.net/NICA.htm>
6. Nicaragua
<http://library.thinkquest.org/17749/>
7. index www.manfut.org
8. plan indicativo de Desarrollo Municipal (tomo1) PRODERBO, Alcaldía Municipal de Río Blanco, IDR, UE, INIFOM-GTZ.managua, marzo de 1999.
9. Alcaldía municipal
10. hoteles y restaurantes de Río Blanco.

ANEXOS

Tipos de turismo en nicaragua

Nicaragua tiene varios enfoques para que las visitas al país puedan estar basadas en la cultura, la naturaleza, las de aventura, las que se llaman "clásicas" y las que se llaman de "intereses especiales".



Visitas culturales: Las visitas culturales se enfocan en los pueblos indígenas o la historia de Granada por ejemplo, o las artes de Nicaragua como la alfarería.

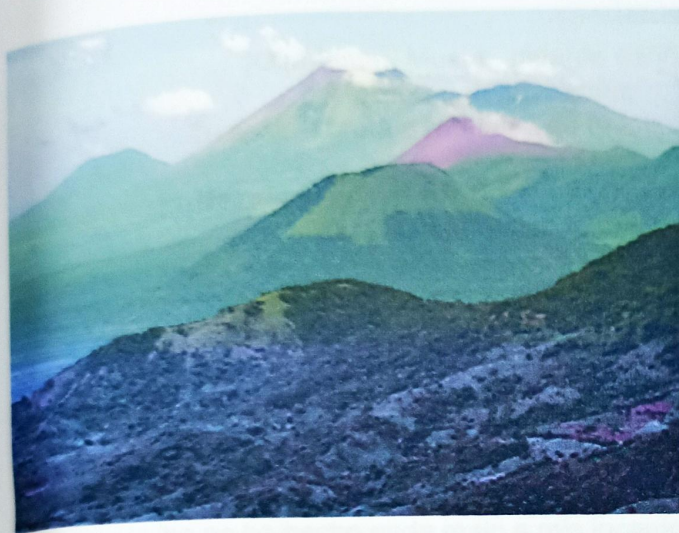


Visitas naturales: También se refiere como el ecoturismo. Las visitas naturales se enfocan en las reservas, refugios, la pluviselva, ríos, islas, etc. En estas visitas se puede ver los animales y las plantas de la región sin la urbanización.



mano.

Visitas de intereses especiales: Las visitas de intereses especiales se enfocan en diferentes especialidades de Nicaragua. Hay visitas para hacer surf, para los interesados en la religión cristiana, para donaciones, para ver cigarros hechos a



Visitas de aventura: Las visitas de aventura son para los que le encanta el excursionismo, el kayaking, la navegación y andar en bicicleta. Algunas visitas se localizan en montañas volcánicas, y lagos de cráteres.

Visitas clásicas: Las visitas clásicas consisten en una mezcla de aspectos de las visitas naturales y culturales. Se puede ver en estas visitas pueblos de gente indígena así como reservas naturales.



POEMA AL CERRO MUSUN

Autor: Frank García

¡Oh Musun, Musun, gigante cariño mío
Adorno de mi región,
Tu sangre brota a raudales de tu joven corazón.

No quieren oír la voz dulce y suave de los ríos,
Que hablan de tus amoríos.

Cristalina sangre pura es la que me das
Mi sed quitas con ternura, sin ella no he de vivir.

¡Oh Musun Musun, dime cual es tu pecado
¿Por qué te han herido?
¿Por qué te han desnudado?

Yo no he hecho nada malo a mis incautos hermanos
Más en esta tierra hermosa el hombre es tirano.

Diles a los hombres, hermanos, no me sigan estrujando
Porque pronto, muy prontito, mis venas iran secando.

Desde que el barbeo impío con el hacha criminal
Con el hacha criminal convirtió en astillas mi majestad forestal.

Lance mis gritos al creador; y el me contesto con halagos:
Hijo, niegue el agua y en ellos veréis terror.

Por cada árbol que cortéis de mi extensión forestal,
Restare agua al manantial aunque vos horricéis

Muy consciente estoy de tu valor,
Yo que soy diosa activa y peregrina de la selva
Te prometo que le hacha a ti no vuelve.

SITIOS TURISTICOS EN RIO BLANCO



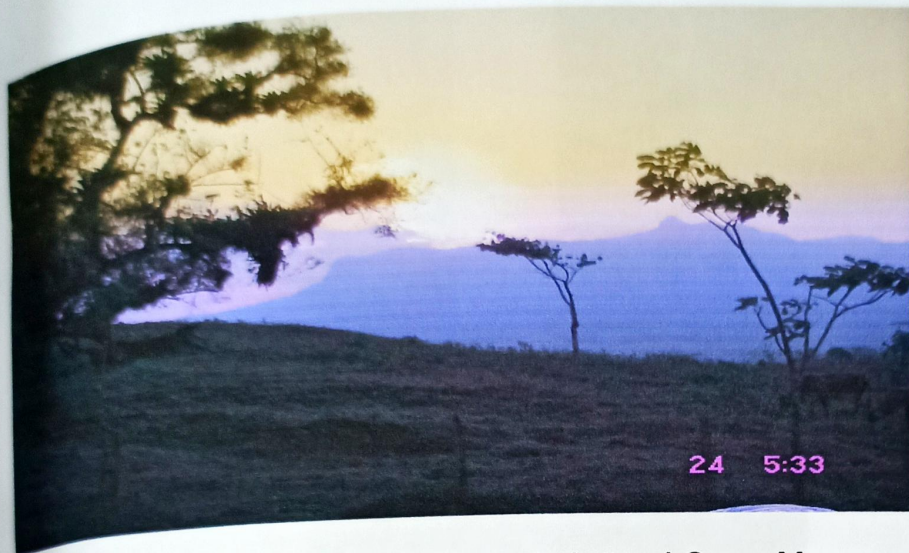
Cascada La Golondrina



Represa hidroeléctrica Bilampi



Cerro Musun



Un bello atardecer en una finca aleña al Cerro Musun.



Parque Municipal



Algunas piezas del Sitio Arqueológico "Martín Centeno"



Casa de guarda parques

