



Plan de Promoción Turística

Reserva Natural Estero Padre Ramos

Nicaragua
Septiembre, 2004



2004 COMAP, Comanejo de Áreas Protegidas, Proyecto MARENA- USAID- The Nature Conservancy (TNC), PROARCA/APM. Km. 12 _, Carretera Norte Oficinas Ministerio de Ambiente y los Recursos Naturales, Managua, Nicaragua, Centro América. **PLAN DE PROMOCION TURISTICA RESERVA NATURAL ESTEREO PADRE RAMOS**, COMAP, The Nature Conservancy, PROARCA/APM, Managua, Nicaragua, 2004. 82 p. ; 8,5 X 11 c.m.

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de los miembros del Consorcio de COMAP y USAID juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

Esta publicación fue posible a través del apoyo de la Oficina Regional para el Desarrollo Sostenible, División para Latinoamérica y el Caribe de la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos y The Nature Conservancy, bajo los términos del Acuerdo de Donación No. 596-A-00-01-00116-00. La opinión expresada aquí es la de sus autores y no necesariamente refleja el punto de vista de la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos.

CONSULTORA ERIKA FRICKE LUPONE

FOTOGRAFÍAS COMAP

EDICIÓN Y DISEÑO LÍNEA VISUAL

CORRECCIÓN DE ESTILO MARÍA DEL ROSARIO CALDERÓN





CONTENIDO

I.	RESUMEN EJECUTIVO	2
II.	INTRODUCCIÓN	5
III.	OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS	6
	III.1 OBJETIVO GENERAL	6
	III.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
IV.	PRINCIPIOS RECTORES	7
V.	GESTIÓN DE RECURSOS	9
	V.1 RECURSOS NATURALES.....	9
	V.2 RECURSOS HUMANOS.....	10
	V.2.1 ONG comanejante.....	11
	V.2.2 Comunidades en el Área Protegida.....	11
	V.2.3 Instituciones públicas (MARENA, INTUR y Alcaldía).....	13
	MARENA.....	13
	INTUR.....	13
	Alcaldía Municipal El Viejo.....	14
	V.2.4 Instituciones privadas (Tour operadoras, ONGs turísticas, cámaras de turismo).....	14
	Cámara de Turismo.....	14
	Tour Operadoras.....	14
	ONGs turísticas.....	14
	Otras ONG y/o proyectos.....	15
	V.2.5 Sinergia de la ONG comanejante con los diferentes actores públicos y privados.....	17
	V.3 RECURSOS DE CAPITAL.....	19
	V.3.1 Diseño del Producto.....	19
	V.3.2 Paquetes Turísticos.....	20
	V.3.3 Producto turístico corto plazo.....	29
	V.3.4 Producto turístico mediano plazo.....	29
	V.3.5 Operacionalización del paquete turístico.....	29
	V.3.6 Recomendaciones del mejoramiento de los servicios turísticos, infraestructuras y facilidades esenciales a ser implementadas.....	30
	V.3.7 Mercado Real y Potencial.....	32
VI.	PROMOCIÓN	35
	VI.1 Imagen de Marca (y/o identidad corporativa).....	36
	VI.2 Logotipo.....	37
	VI.3 Publicidad.....	37
	Medios escritos.....	38
	Medios Electrónicos.....	39
	Medios de comunicación audiovisuales.....	39
	Medios de comunicación radiales.....	40
	VI.4 Publicidad en puntos locales de venta (PLV).....	41
	VI.5 Relaciones Públicas.....	42
VII.	BIBLIOGRAFÍA	44





ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Resultados Esperados y Actividades Generales del Componente Recursos Naturales	9
Tabla 2	Resultados Esperados y Actividades Generales del Componente Recursos Humanos	16
Tabla 3	Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Sinergia del Comanejante con los diferentes actores públicos y privados	18
Tabla 4	Resultados Esperados y Actividades Generales del sub componente Operacionalización Paquetes Turísticos	30
Tabla 5	Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Recomendaciones generales para el mejoramiento servicios turísticos e infraestructura	31
Tabla 6	Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente de Segmentos de Mercado	34
Tabla 7	Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Promoción	36
Tabla 8	Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Imagen de Marca	37
Tabla 9	Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Publicidad	40
Tabla 10	Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Publicidad en Puntos de Venta	42
Tabla 11	Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Relaciones Públicas	43

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Mejoramiento de Infraestructura del Paquete Turístico Conozca Padre Ramos	22
Cuadro 2	Mejoramiento de infraestructura del Paquete Turístico Puerto Arturo - Cosigüina	25
Cuadro 3	Mejoramiento de infraestructura del Paquete Turístico Península de Venecia	26
Cuadro 4	Mejoramiento de Infraestructura del Paquete Turístico Religioso	28
Cuadro 5	Visitación Turística 2002-2004 (enero-abril)	30
Cuadro 6	Funciones de la Promoción Turística	33
Cuadro 7	Medios Escritos	38
Cuadro 8	Medios Audiovisuales	39

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1	Visitación Turística 2002-2004.....	33
------------------	-------------------------------------	-----------

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Mapa de la RN Estero Padre Ramos	1
Figura 2	Logotipo de la ICV	7
Figura 3	Imagen de Marca de Nicaragua	36
Figura 4	Logotipo RN Estero Padre Ramos	37



LISTA DE ANEXOS

Anexo 1	Memoria Reunión de consenso del Plan de Promoción Turística.....	45
Anexo 2	Presupuesto general.....	53
Anexo 3	Calendario de actividades	53
Anexo 4	Inventario inicial de atractivos turísticos	54
Anexo 5	Líneas Estratégicas de Capacitación	59
Anexo 6	Brochure del Sistema de Bonos de Capacitación del INTUR.....	61
Anexo 7	Requisitos del INTUR para actividades turísticas en Áreas Protegidas.....	63
Anexo 8	Lista de Tour Operadoras participantes	65
Anexo 9	Resumen Proyecto Universitarias Protegidas	66
Anexo 10	Criterios de ponderación	70
Anexo 11	Matriz de necesidades de mejoramiento de infraestructura	71
Anexo 12	Definiciones del Boletín Estadístico de INTUR	75
Anexo 13	Glosario	76

LISTA DE ABREVIATURAS

ALAS	Alianza para las Áreas Silvestres
CANTUR	Cámara Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa Turística
COMAP	Proyecto de Comanejo de Áreas Protegidas
INTUR	Instituto Nicaragüense de Turismo
LIDER	Fundación Luchadores Integrados al Desarrollo de la Región
MARENA	Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales
MTI	Ministerio de Transporte e Infraestructura
OMT	Organización Mundial de Turismo
ONG	Organización No-Gubernamental
PLV	Puestos locales de venta
SELVA	Somos Ecologistas por la Vida y el Ambiente
SINAP	Sistema Nacional de Áreas Protegidas
TFD	Tourism for Development
TNC	The Nature Conservancy





El Componente de Áreas Protegidas y Mercadeo Ambiental del Programa Regional para Centroamérica (PROARCA/APM) es una iniciativa de la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD) asistido financieramente por la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (USAID). Esta iniciativa de cinco años (2001-2006) está siendo ejecutada por The Nature Conservancy (TNC). Su objetivo general es contribuir al manejo ambiental mejorado en el Corredor Biológico Mesoamericano (CBM), para lo cual se enfoca en dos componentes:

Resultado Intermedio 1 (IR1)

MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN EN ÁREAS PROTEGIDAS

Comprende tres campos de acción para mejorar o asegurar la viabilidad de la biodiversidad en los paisajes funcionales clave. 1) El desarrollo de alianzas efectivas para la gestión en áreas protegidas que impulsa el apoyo a un marco legal y de políticas orientadas al manejo mejorado (servicios ambientales, conservación en tierras privadas y co-manejo) y el fortalecimiento de instituciones y organizaciones (gobiernos, ONGs, comunidades). 2) Para lograr el mejoramiento de la gestión financiera en áreas protegidas, se trabaja en la planificación, la gestión financiera y en el aumento de la inversión complementaria. 3) La aplicación de mejores prácticas de manejo se promueve a través de la adopción y aplicación de metodologías para la planificación ecoregional, la planificación para la conservación de sitios, la metodología de efectividad de manejo, y la definición de indicadores para el monitoreo biológico y el Sistema Centroamericano de Áreas Protegidas (SICAP), entre otros.

Resultado Intermedio 2 (IR2)

MERCADEO AMBIENTAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS “AMIGABLES” CON EL MEDIO AMBIENTE

Trabaja en dos campos de acción dentro de los sectores productivos de forestería y turismo sostenible para reducir las amenazas sobre la biodiversidad en los paisajes funcionales clave. 1) El incremento de la disponibilidad de productos amigables se promueve a través de la divulgación de los requerimientos, opciones y beneficios de la adopción de mejores prácticas de producción. 2) Se trabaja en desarrollar alianzas efectivas para la comercialización de productos y servicios amigables, a través de la divulgación de información sobre la oferta y demanda de productos y el fortalecimiento de las capacidades de los productores para participar en mercados innovadores.

El proyecto da énfasis en dos áreas consideradas como paisajes funcionales clave dentro del Corredor Biológico Mesoamericano, y que a la vez representan cuatro áreas prioritarias del Convenio de Biodiversidad de Centroamérica:

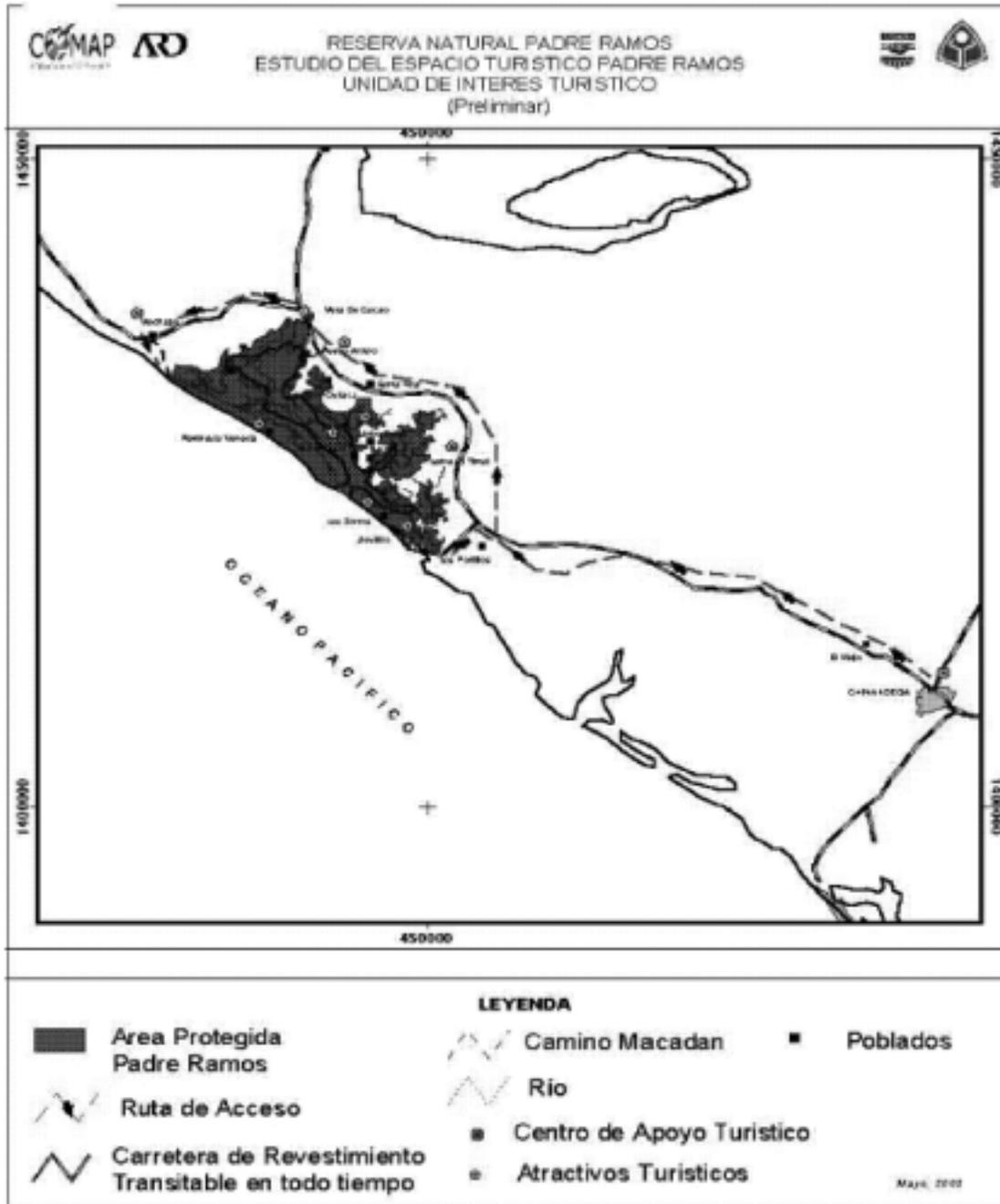
- 1. Golfo de Honduras** (Belice, Guatemala, Honduras)
- 4. Amistad—Cahuíta—Río Cañas** (Costa Rica, Panamá)

Los trabajos a nivel de los paisajes funcionales desarrollados por PROARCA/APM servirán de casos para sistematizar métodos y experiencias y así contribuir al desarrollo de políticas regionales





Figura 1 - Mapa de la RN Estero Padre Ramos



Fuente: Estrategia de Promoción Turística. Gomezquemaqueda.2002.



I. Resumen Ejecutivo



El Plan de Promoción Turística del Área Protegida del Estero Padre Ramos es un instrumento de planificación y dirección al servicio del comanejante y comunitarios organizados, prestadores de servicios turísticos, bajo el enfoque del turismo sostenible.

Conceptualmente el turismo sostenible debe ser amigable con el medio ambiente, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social con las comunidades locales, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de la población local. (Cooperna, 2002).

La filosofía del plan descansa en los principios del turismo sostenible que considera su actividad económica complementaria a los esfuerzos de reducción de la pobreza.

Los objetivos del plan persiguen posicionar los productos turísticos en el mercado nacional y progresivamente internacional bajo principios ecoturísticos. Este proceso promueve la investigación y estudio científico de los ecosistemas cuyos insumos serán procesados para la interpretación ambiental de los mismos. Plantea sinergias entre los diferentes actores locales y nacionales para optimizar su gestión como promotor turístico responsable de la publicidad y relaciones públicas, así como de educador ambiental en los servicios que brinde a los turistas y visitantes en general.

Dado que el proceso de promoción turística en el Área Protegida es incipiente, se requiere el desarrollo de una diversidad de acciones que operen en diferentes ámbitos, fuera de la promoción turística como tal, pero complementada a ésta. A fin de cubrirlos integralmente, el plan se estructura en recursos naturales, recursos humanos y recursos de capital o financiero.

Los recursos naturales y culturales tienen como base los ecosistemas, restos arqueológicos, históricos, culturas vivas, así como la belleza escénica abstracta. Este ámbito ha recibido apoyo en torno a estudios e investigaciones, las cuales se encuentran dispersas, sin una sistematización

que permita al comanejante la creación de una base de datos operativa y accesible a los actores locales para la producción de diferentes insumos como la educación ambiental.

La interpretación ambiental como herramienta de educación ambiental en el área, contribuye a que los usuarios de la misma se sensibilicen sobre el manejo y explotación de dichos recursos y consecuentemente valoricen su conservación.

Es determinante el monitoreo de indicadores ambientales y turísticos a fin de establecer desde el inicio de la actividad turística el impacto en los recursos, respetando los estudios sobre capacidad de carga y acceso a nichos representativos de la flora y fauna.

Los agentes y actores, públicos, privados y mixtos del desarrollo turístico forman lo que se denomina los recursos humanos. Estos recursos en el plano local: prestadores de servicios turísticos, carecen de entrenamiento y capacitación permanente, así como de dotación suficiente para elevar la calidad de sus servicios, a pesar que territorialmente gozan de atractivos turísticos potenciales.

En este mismo ámbito, el comanejante ha recibido capacitaciones sobre temas especializados de servicios turísticos, dado que brinda servicios de alojamiento en el Parque Ecológico Tezoacalt localizado en la ciudad de El Viejo y además ejecuta un proyecto ecoturístico en la comunidad de Padre Ramos y la Península de Venecia.

Los actores institucionales como MARENA e INTUR realizan esfuerzos organizativos en la promoción del turismo, pese a lo exiguo de sus recursos. El INTUR departamental cuenta con una delegada y una inspectora para todo el departamento de Chinandega.

Es en las instituciones privadas como tour operadoras, ONGs turísticas, cámaras de turismo, proyectos, donde debe descansar la promoción turística y la cantera para el establecimiento de sinergias con otros actores y agentes.



Con las tour operadoras se han realizado encuentros que promuevan la incorporación de las APs en la promoción turística privada; en tanto, con la cooperación internacional se cuenta con proyectos de apoyo al ecoturismo agenciados por la ONG y la presencia de proyectos internacionales como Universitarias Protegidas que aportan al comanejante capital conocimiento.

Las sinergias del comanejante deben dirigirse al ámbito público, privado y mixto, tanto el plano nacional, como internacional. Apoyándose en aquellas instituciones, estructuras que privilegien el desarrollo del turismo sostenible, por el convencional.

Los recursos de capital se encuentran transversalmente abordados en el plan, dado que el mismo requiere cubrir sus gastos operativos y de gestión para el aseguramiento de las diversas actividades. Así como acciones concretas que requieren financiamiento o bien generarán recursos, una vez puestas en servicio.

El diseño del producto consiste en la definición de paquetes turísticos consensuados participativamente con técnicos de la ONG y ponderados para su lanzamiento al circuito turístico. El presente plan contempla inherentemente las acciones para la promoción de dichos paquetes

Las actividades que contemplan los paquetes turísticos son: senderismo acuático, observación de aves, paisajismo, sol y playa, historia, observación de desove de tortugas (estacional), cabalgatas en la playa y turismo religioso.

Los paquetes turísticos que comprenden la propuesta son:

- P.T. 1 Conozca Padre Ramos
- P.T. 2 Puerto Arturo – Estero Mechapa
- P.T. 3 Península de Venecia (proyecto)
- P.T. 4 Religioso
- P.T. 5 Mechapa (estructuración)

Dichos paquetes deben ser promocionados en primera instancia por las tour operadoras, seguido por el comanejante. El principal problema

que enfrenta el comanejante se refiere a la valoración de sus servicios y los precios que deben fijar con la tour operadora. Antes de operacionalizar los paquetes turísticos es determinante realizar los estudios correspondientes para definir sus precios, considerando la infraestructura y facilidades.

Las principales recomendaciones de mejoramiento de infraestructura y servicio se concentra en: construcción de rancho-miradores, de muelles, sombrillas típicas en la playa y mantenimiento de área de camping y senderos acuáticos. Respecto al acceso, retomar el estudio contratado por COMAP sobre señalización y priorizar la instalación de rótulos que orienten la infraestructura y servicios, así como la señalización en senderos.

Para elevar la calidad del servicio se recomienda implementar capacitaciones especializadas de acuerdo a las necesidades expuestas por el comanejante. El INTUR promueve los “bonos de capacitación”, estableciendo como requisitos que los capacitando estén registrados en el departamento de Empresas y Actividad Turísticas. Adjunto (anexo XX) se encuentran los requisitos institucionales.

El personal de servicio turístico como pangueros y guías debe portar radios de comunicación portátiles para mantener contacto con la comunidad y la Estación de guardaparques y garantizar de esta manera, seguridad a los visitantes.

Sin ser rigurosos metodológicamente, el segmento del mercado que actualmente visita el Área Protegida es de amantes de la naturaleza.

La visitación al A.P. desde que inició en comanejo a la fecha asciende a 1,312 personas, representando el siguiente porcentaje por país de origen: 92% turismo interno, 3% USA, 2% UK y 1% Italia. La tendencia de visitación ha disminuido desde el año 2003, el comanejante lo atribuye a la orientación de redefinir el concepto de visitación, por parte de COMAP, que ha implicado un descenso en números absolutos.

Frente a este descenso, se plantea la promoción del Área Protegida dirigiendo recursos en Publicidad,



Relaciones Públicas y Organización de eventos de comercialización.

Se requiere definir por región, los mercados donde se dirigirá la publicidad, para lo cual es necesario el seguimiento estadístico de los datos del Área, así como estudios nacionales e internacionales. Paralelo a ello crear la imagen de marca del área, acompañada del logotipo existente.

La producción de material divulgativo debe incorporar la promoción de los paquetes turísticos consensuados en dos niveles: para el acceso directo del turista y para tour operadoras.

La publicidad se hará por medios escritos, audiovisuales, internet y radiales. Se ha hecho un inventario rápido de medios internacionales especializados en el turismo sostenible, así como medios nacionales con espacios para brindar informaciones locales.

Otra cantera de publicidad lo representan los puntos locales de venta en los cuales debe retomarse las sugerencias de la Estrategia de Promoción Turística para la formación del Sistema Integrado de Información Turística.

Finalmente las relaciones públicas deben dirigirse a los grupos de interés como medios de comunicación, universidades, sector privado (empresas afines), instituciones públicas que contribuyan a la promoción del área vendiendo una imagen ecoturística.

Anexo a este plan se encuentra el presupuesto general que es un ejercicio aproximado de los gastos que incurrirá la operativización del plan, así como un calendario tentativo de las principales actividades identificadas.

Para efectos de apropiación y homogenización de conceptos turísticos, se adjunta un glosario con los principales conceptos utilizados en el presente documento. Igualmente se adjunta el documento del inventario turístico inicial con la tarea de ser completado por el comanejante para contar con una base de datos real y operativa de sus recursos.

La rigurosidad técnica con que se operativice este plan conjugada con las realidades locales y nacionales, son las bases que garantizarán el éxito del presente Plan de Promoción Turística.



II. Introducción

La construcción del Plan de Promoción Turística contó con la participación de personal técnico y guardaparque delegados por el comanejante, con los cuales se consensuaron productos tales, como la propuesta de senderos, la priorización de promoción de paquetes turísticos y necesidades de capacitación, entre otros temas (Ver Anexo 1 – Memoria de Reunión de Consenso del Plan de Promoción Turística), cuyo ejercicio fortaleció las capacidades técnicas en el diseño de paquetes turísticos y la familiarización conceptual del turismo sostenible.

El plan tiene como objetivo posicionar los productos turísticos en el mercado nacional e internacional bajo los preceptos del turismo sostenible: desarrollo económicamente viable, ecológicamente amigable con los recursos naturales y socialmente equitativos para las comunidades locales.

Para lograr este equilibrio el plan ha incorporado componentes que fortalezcan la capacidad de gestión local y comanejante para la promoción turística, como son propuestas de mejoramiento de infraestructura, lineamientos sobre temas de capacitación especializados, acciones para la construcción de la interpretación ambiental de los productos y sinergias con los agentes y actores que convergen en el ambiente turístico.

Asimismo, identifica los segmentos de mercado que visitan el Área a fin de establecer la dirección y objeto de promoción turística de los paquetes turísticos. Garantizando intrínsecamente la operativización de los paquetes turísticos.

La ejecución del Plan se estima en un período de doce meses, comprendida como la primer fase de este proceso cuya planificación es de carácter permanente, progresiva y retroalimentativa.

Organizativamente el plan aborda la gestión de recursos naturales, recursos humanos y recursos de capital. Entendiéndose como recursos naturales las necesidades de investigación científica que alimenten la interpretación ambiental, así como estudios de la capacidad de carga de los atractivos a promocionar; los recursos humanos, representados en los diferentes actores y agentes que intervienen en el circuito turístico identificando sus objetivos para construir sinergias en la ejecución del plan y como anexo una propuesta de lineamientos de capacitación que permita mejorar el nivel de eficacia y eficiencia de los diferentes actores; y los recursos de capital donde se aborda el diseño de productos, construcción de obras, la publicidad, la gestión operativa y otras actividades de promoción anexas en el Presupuesto General del Plan.

La propuesta de paquetes turísticos representa un abanico de opciones, tanto de contacto con la naturaleza, como económicas para el disfrute del turista. La promoción de los paquetes turísticos tiene la función de elevar la calidad de los servicios, diversificar la oferta y diferenciar el producto.

Tanto el cronograma de actividades, como el presupuesto adjuntos son estimaciones para la gestión de recursos financieros y humanos que permitan la implementación del presente plan.

En la medida que los comanejantes se apropien de la importancia de la promoción turística para el mejoramiento del nivel de vida de las comunidades ubicadas en las Áreas Protegidas, la conservación de los recursos y la equidad social, el éxito del presente Plan de Promoción Turística será alcanzado.





III. Objetivos



La construcción de los presentes objetivos responde a la necesidad de transformar los atractivos turísticos del Área Protegida comanejada a productos turísticos posicionados en el circuito promocional público y privado del ámbito nacional e internacional.

III.1 OBJETIVO GENERAL

Posicionar los productos turísticos actuales y progresivamente los potenciales del Área Protegida en la promoción ecoturística nacional e internacional bajo los principios del turismo sostenible.

III.2.1 Objetivos Específicos

1. Promover una mayor visitación turística a los atractivos turísticos del Área Protegida, estableciendo coordinaciones con las tour

operadoras nacionales y locales, así como a través del comanejante.

2. Desarrollar progresivamente la promoción de productos turísticos potenciales.
3. Operativizar y gestionar los mecanismos de coordinación del comanejante con los diferentes actores nacionales y locales para la promoción turística.
4. Detectar las oportunidades de mercado del producto turístico que permita dirigir campañas más específicas.
5. Generar capacidades institucionales para la reproducción de estas acciones a otras áreas y/o segmentos de interés de la ONG comanejante.



IV. Principios Rectores

Dada la naturaleza del desarrollo de actividades turísticas en Área Protegida, el Plan de Promoción Turística se rige por principios que rectoren ética y funcionalmente sus actividades integrales, destacándose a continuación.

El turismo contribuye al desarrollo sostenible, promoviendo la conservación de los recursos naturales y culturales, involucrando a la población local en su planificación y manejo, y priorizando la obtención de beneficios económicos a mediano y largo plazo. El desarrollo sostenible está basado, por lo tanto, en un concepto amplio del desarrollo turístico que implica, necesariamente, criterios medioambientales, socioculturales y económicos (OMT, 1998).

El concepto de sustentabilidad está ligado a tres hechos importantes: calidad, continuidad y equilibrio. De una u otra forma el turismo sostenible es definido como un modelo de desarrollo económico diseñado para:

- Mejorar la calidad de vida de la población local, es decir, la gente que vive y trabaja en el destino turístico.
- Proveer mayor calidad de experiencia para el visitante.
- Mantener la calidad del medio ambiente del que la población local y los visitantes dependen.
- La consecución de mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.
- Asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos. Es decir, ha de procurarse que el negocio turístico sustentable sea rentable, de lo contrario los empresarios olvidarán el compromiso de sustentabilidad y alterarán el equilibrio. (OMT, 1998).

El ecoturismo entendido como un segmento del turismo alternativo, es definido como

“aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueden encontrarse allí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales” (Ceballos-Lascurain, 1996).



Figura 1 - Logotipo de la ICV

Bajo este contexto Nicaragua se inserta en procesos regionales, como lo es la Iniciativa Centroamérica Verde (ICV) encaminada a elevar los niveles de calidad de los productos ecoturísticos. Combina los servicios ofrecidos por ecoalbergues y alojamientos similares que se ubican cerca de áreas protegidas públicas y privadas, con los de otros actores relevantes como operadores de turismo, organizaciones ambientalistas, comunidades cercanas, gobierno, y otros servicios paralelos.

El denominador común de los servicios y atractivos que integran Centroamérica Verde, es su contribución al desarrollo sostenible del país y la región por medio de un producto de alta calidad. Para ello debe cumplir con criterios de turismo sostenible, garantizando el cumplimiento de criterios ambientales, socioeconómicos y socioculturales, y estándares de calidad de servicio y contribuyendo en forma significativa a la conservación de la biodiversidad de Centroamérica (ICV, 2003). Actualmente Nicaragua ha sido seleccionada como país piloto de la Iniciativa Centroamérica Verde.





Por su parte, el proyecto Rutas Turísticas del INTUR, estableció circuitos turísticos por segmentos de demanda, entre los que se encuentra la Ruta de los Volcanes, la cual debe potenciarse para incorporar -como parte de la ruta hacia Cosigüina- la visita al Estero Padre Ramos.

Desde la perspectiva de Promoción y Mercadeo el INTUR tiene la misión de generar riquezas para los diferentes sectores económicos de Nicaragua relacionados a la industria turística, partiendo de la base de un profundo conocimiento de sus mercados, estableciendo las estrategias de posicionamiento y comunicación a partir de cada análisis específico. El Plan de Mercadeo define los segmentos a promocionar, entre el que se encuentra de Naturaleza, contemplando la promoción del ecoturismo, cuya base biofísica lo representan las Áreas Protegidas comanejadas.

El Plan de Manejo del Área Protegida, máximo instrumento de dirección y planificación de la Reserva Natural -cuya elaboración y aprobación llevó un proceso participativo de los diferentes actores locales y municipales-, define la Zona de Uso Público del Estero Padre Ramos para actividad turística, comprendida la península Padre Ramos, entre el límite del bosque de mangle y la barrera arenosa marino costera, y al norte con el estero Padre Ramos. Abarca toda el área ocupada por el poblado de Padre Ramos y Jiquilillo. Sin embargo los paquetes turísticos consensuados con el comanejante, incorporan recorridos acuáticos en el nor-este y

sur-oeste del Área Protegida.

En aras del enfoque de sostenibilidad turística de las Áreas Protegidas, los entes reguladores del turismo y el ambiente se comprometieron a realizar acciones conjuntas y coordinadas de “planificación y desarrollo turístico de los destinos del país” referidos al Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP). La expresión tangible de este esfuerzo se concibe en el Proyecto de Comanejo de Áreas Protegidas.

El convenio de comanejo suscrito por el comanejante y el MARENA se incorpora a los principios rectores del presente plan, con el espíritu de fortalecer las capacidades locales, según inciso que reza: “Promover la conformación de una instancia de coordinación y concertación local a fin de facilitar la gestión de la reserva”. Entendiéndose esto para el aseguramiento inclusive de actividades ecoturísticas.

Debido que el producto turístico del Área Protegida tiene como eje de promoción la calidad y no cantidad de productos, se retoma el concepto de la OMT sobre calidad en turismo como: el resultado del proceso que implica la satisfacción de las necesidades de productos y servicios, requerimientos y expectativas de los consumidores a un precio razonable; de conformidad con los factores determinantes como: seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y armonía de las actividades turísticas y su estrecha relación con los medios natural y social.



V. Gestión de Recursos

Dado el carácter interdisciplinario de la gestión turística en Áreas Protegidas, el plan de promoción turística de la reserva natural se organiza en tres grandes componentes: recursos naturales, recursos humanos y recursos de capital (Boullon, 1985). Cuya acción catalizadora es asumida por el comanejante y los prestadores de servicios organizados.

La estructura del plan radica en los tres grandes componentes arriba indicados, seguidos por subcomponentes en los casos que amerite, especificando resultados esperados y sus respectivas actividades generales de las cuales, a su vez, deberán derivarse tareas.

Los recursos naturales abordan la necesidad de profundizar y desarrollar la investigación sistematizada del inventario turístico, inventario de la biodiversidad, monitoreo de las especies e implementación de estudios de impacto ambiental. Mientras los recursos humanos identifican el rol de los actores que intervienen en la promoción turística y plantea profundizar e incorporar nuevos actores que surjan en el desarrollo del presente plan para el establecimiento de sinergias, así como las necesidades de capacitación que son traducidas en lineamientos generales de capacitación. Finalmente el recurso financiero o de capital se refiere tanto a las necesidades financieras como alianzas con otros organismos que permi-

tan la implementación del Plan de Promoción Turística. Se anexa presupuesto general (Anexo 2) de las principales actividades a realizar y calendario de actividades (Anexo 3).

V.1 RECURSOS NATURALES

Así como los recursos naturales representan la materia prima para la industria, los atractivos naturales lo son para el turismo. Los atractivos turísticos comprenden la naturaleza y cultura, los cuales requieren de estudios científicos o sociales para su interpretación como producto turístico. En el Anexo 4 se adjunta el documento inicial de Inventario de Atractivos Turísticos elaborado conjuntamente con el equipo técnico comanejante, el cual debe ser completado por éstos. Existen un indeterminado número de estudios científicos, investigaciones y monografías alrededor del inventario de flora, fauna y ecosistemas del Área Protegida, que requieren un tratamiento de interpretación para transformarlos en material promocional del Área Protegida.

Es condicionante que se implementen estudios de capacidad de carga con su respectivo monitoreo en los atractivos turísticos a promocionar para velar por la conservación del recurso.

Seguidamente se detallan las actividades a realizar en el componente de Recursos Naturales.

Tabla 1 - Resultados Esperados y Actividades Generales del Componente Recursos Naturales

Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 1: Concluido y sistematizado metodológicamente el Inventario de Recursos Turístico del Área Protegida a fin de planificar el desarrollo turístico en la RN Estero Padre Ramos en corto plazo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Continuar e inventario turístico como herramienta para la planificación turística en el Área Protegida. b) Gestionar la búsqueda de financiamiento para concluir el inventario turístico, ya sea económicamente o bien por medio de grupos solidarios (tesistas, voluntarios, etc.) con experiencia en el tema. c) Tomar contacto con las universidades de carreras afines al turismo, congeniando que las prácticas o elaboración de monografías giren en torno al producto esperado.





Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 2: Diseñada e implementada la interpretación ambiental de los atractivos y paquetes turísticos puestos en servicio actual y potencialmente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Gestionar a través de organismos de cooperación y universidad la interpretación ambiental los temas de interés para la promoción turística. b) Realizar el inventario de la biodiversidad del A.P., el que servirá de insumo para la interpretación ambiental, promocionando especies endémicas y en peligro de extinción. c) Retomar la propuesta de senderos financiada por CO-MAP para su implementación a corto plazo.
<p>Resultado Esperado 3: Constituida base de datos con la información, documentos y otros estudios e investigaciones realizadas en el Área Protegida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Gestionar la recuperación de estudios científicos, técnicos y otros alrededor del Área Protegida. b) Establecer convenios legales con instituciones, universidades, ONGs, que realicen estudios especializados o técnicos del Área Protegida, estipulando entre otros compromisos la retroalimentación impresa y digital de los productos alcanzados.
<p>Resultado Esperado 4: Funcionando zoológicos de especies terrestres y acuáticas en peligro de extinción, como parte de los circuitos turísticos a ofertar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Organización de la comunidad para el manejo de los zoológicos de especies terrestres y Área Protegida de conservación. b) Sensibilizar a los comunitarios sobre la importancia de la conservación de los recursos del área para la promoción turística.
<p>Resultado Esperado 5: Valorada la capacidad de carga de los sitios comprendidos en los paquetes turísticos a promocionar en corto y mediano plazo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Ejecución de Estudios de Impacto Ambiental del Área Protegida basada en la infraestructura actual y proyectada. b) Implementar el sistema de monitoreo ambiental y turístico del Área Protegida. c) Ejecución de los paquetes turísticos aplicando las recomendaciones de capacidad de carga investigada.

V.2 RECURSOS HUMANOS

La identificación de los actores y agentes de desarrollo turístico tiene como objetivo el establecimiento y definición de coordinaciones que permitan maximizar los escasos recursos ubicados en el Área y contribuir a mejorar la calidad del servicio turístico por sus diferentes prestadores.

Una de las acciones que permiten mejorar la calidad del servicio gira alrededor de identificar

las necesidades de capacitación de los prestadores de servicios turísticos. En el Anexo 5 – Líneas Estratégicas de Capacitación se recogen dichas necesidades, convertidas en líneas generales de acción.

Los recursos humanos fundamentalmente los pertenecientes al organismo comanejante se encuentran en constantes procesos de capacitación o intercambio de experiencia. La formulación participativa del presente plan llevó un proceso teórico-práctico para el comanejante dado que se



compartieron procesos metodológicos y conceptuales de la promoción turística.

En el ámbito funcional de actores y agentes turísticos se encuentran puntos de vista encontrados. Sin embargo, el presente plan persigue la búsqueda de sinergias -donde existan- y la creación de plataformas de consulta y decisión en el ámbito privado, institucional y mixto.

Para lo cual se detalla a continuación el rol o función que asumen los principales actores y agentes del desarrollo turístico con el objetivo que el comanejante establezca coordinaciones con aquellos de interés estratégico y táctico.

V.2.1 ONG comanejante

Desde el año 2002 el Organismo No Gubernamental Somos Ecologistas por la Vida y el Ambiente, SELVA se adjudicó el comanejo del Área Protegida. Es un ONG local dedicada a la promoción del medio ambiente, combinando acciones con pequeños proyectos de desarrollo comunitario (producción de miel de abejas, educación ambiental, reforestación, ecoturismo).

Para garantizar la operatividad del plan de promoción turística se requiere un recurso humano que atienda directamente la gestión ecoturística y ambiental, dado lo limitado de personal y la cobertura de otras funciones inherentes a su naturaleza.

El comanejante debe garantizar una estrecha coordinación de trabajo en el nivel comunitario expresado tanto en la presencia de guardaparques, así como acciones de sostenibilidad que estimulen la participación comunitaria en acciones lideradas por la ONG.

Dado el carácter normativo del personal guardaparque en la comunidad, en lo que refiere a vedas y otros controles, el comanejante debe invertir recursos para proyectar simultáneamente una imagen facilitadora, propositiva y representativa de los intereses comunitarios.

V.2.2 Comunidades en el Área Protegida

Según el Plan de Manejo del área protegida se localizan quince comunidades en el Área Protegida.

De este universo, se identificaron aquellas que poseen mayores condiciones materiales y humanas para la promoción turística. A saber:

COMUNIDAD PADRE RAMOS: La Infraestructura es mínima cuenta con: Estación de guardaparques, Centro de Visitantes, hospedajes, restaurantes y bar. Los comunitarios brindan Servicios de: Recorridos en lanchas por el Sendero Chichihualtepe, guiatura, servicio de alimentación, pernoctación, cabalgatas en las playas del estero y baño en el mar y estero. Así como otros recorridos hacia: Puerto Arturo, recorrido nocturno para observación de desove de tortugas marinas. Potencialmente la comunidad puede brindar servicios de: alquiler de kayak, viajes en bote de madera con remos (cuatro varas). Se requiere como mejora de infraestructura la construcción de dos muelles: uno en el sector de Playa La Bocana (uso comunal) y otro en la Bahía de Padre Ramos cerca de la Estación de Guardaparques.

COMUNIDAD LOS ZORROS: Infraestructura mínima: hotel, restaurante, comiderías, bares. Los servicios que brindan los comunitarios son: recorridos por sendero Chichihualtepe desde los Zorros, guiatura, baño en el mar y el estero, recorridos a caballo por la playa. Actividades potenciales: alquiler de botes de madera con remos (cuatro varas) y kayak. Mejoramiento de infraestructura: rehabilitación del muelle de los Zorros.

COMUNIDAD EL TINTAL: Sin infraestructura. Potencial: construcción de mirador en la Loma El Cobre (valor escénico, avistamiento de aves, camaroneras), cerca del Tintal se ubica la isleta CHAMPERICO donde confinaron al Padre Francisco Ramos. Se requiere investigar la historia y ofrecerla en el circuito turístico.

COMUNIDAD KILACA: Sin infraestructura. Acceso por la carretera y el estero. Se ubica una Casa Comunal que brinda servicios de hospedaje. Potencial: acampar en la finca de don Mariano Luna y hacer recorridos en el bosque tropical seco por senderos. Tiene acceso acuático y terrestre.



COMUNIDAD LA BALLONA: Valor escénico. Se ubica la Loma El Quebracho y una comidería sin funcionar de doña Juana Esther Martínez. Potencial para la construcción de un mirador de la parte Nor-Oeste del A.P. y lejanamente el Volcán Cosigüina. Ubicar un telescopio. Potencial: Agroturismo en la Hacienda Puerto Arturo. Mejoramiento de infraestructura: Construcción de muelle cerca de la casa del Sr. Martínez; construcción de sendero y mirador en la Loma El Venado con vista al Este y Oeste del Área Protegida. Visita a camaronera del Sr. Ricardo Oviedo.

COMUNIDAD DE MECHAPA: Infraestructura: Hotel Las Cabañas (sin funcionamiento). Servicio: baño en la playa, alquiler de caballo, observación del desove de tortuga marina, visita a camaronera Los Orozcos, Gracias a Dios y Los Condega. Potencial: recorridos nocturnos por el cogollo del Estero Mechapa para hacer observaciones del lagarto negro.

COMUNIDAD VENECIA: Infraestructura: En proceso de construcción un rancho-comidería y hospedaje para 12 personas. Servicio en proyecto: alimentación, bar, alquiler de caballo, guiatura por sendero nocturno para observación de desove de tortugas marinas, otro sendero para la observación de punches y tihuacales, y otro recorrido nocturno para observar los ajalines. Recorridos acuáticos por senderos y canales naturales para observación de aves y visita a los playones de Puerto Arturo en bajamar. Potencial Agroturismo: con ganado de doble propósito (carne y leche). Mejoramiento de infraestructura: Construcción de muelle en Puerto de Los Manzanares (sujeto a revisión)

COMUNIDAD JIQUILILLO: Infraestructura mínima: bares y comiderías. Servicio: baño en el mar, alquiler de caballo, visita a salineras (Marcos Silva) y camaronera (Jeremías Quintanilla). Esta comunidad es la más visitada en época de Semana Santa.

COMUNIDAD SANTO TOMÁS (cerca del camino de acceso). Sin infraestructura. Posee una loma llamada Cerro San Cayetano, donde

se propone ubicar un rancho-mirador con vista hacia la parte Sur-Este de la Reserva donde puede observarse el bosque de playa, bosque de manglar, bosque de sabana, camaroneras y visualizar el altamar. Hay comidería sobre la carretera.

COMUNIDAD EL CONGO (dirección Este). Sin infraestructura. Con potencialidad para la interpretación del bosque de sabana y construcción de senderos terrestres para interpretación de mangle, bosque de galería y el río El Congo. Se identifican huellas de mamíferos: cusuco, mapache, venado cola blanca.

COMUNIDAD MATA DE CACAO: Sin infraestructura. Potencial: sendero de humedales circular y avistamiento de aves y lagartos.

COMUNIDAD GASPAR GARCÍA: Sin infraestructura. Potencial: finca ganaderas donde puede desarrollarse el agroturismo. Mejora de infraestructura: en la Loma El Retiro construir un rancho-mirador para observar los playones de Puerto Arturo, bosque de manglar, bosque de sabana y camaroneras.

COMUNIDAD POSA DE LA VACA: Sin infraestructura. Potencial: observación del lagarto negro en los humedales. Agroturismo: prácticas culturales en el manejo del ganado vacuno de doble propósito (carne y leche). Sendero de humedales para interpretación de fauna.

Los emprendedores turísticos del Área Protegida se encuentran organizados en la Asociación Turística de Bares y Restaurantes JIZOPA (Jiquilillo, Zorro y Padre Ramos), constituida en el año 2003. A través de esta incipiente asociación los socios han recibido capacitaciones sobre las especialidades de sus servicios por parte de INTUR Chinandega.

La plataforma e imagen de JIZOPA debe ser fortalecida, mejorando su capacidad de gestión e integrando a otros actores en la misma como son: Estación de Guardaparques cuya función además de la conservación, es la de garantizar enfoques de sostenibilidad de la actividad turística, así como otros servidores turísticos.

V.2.3 Instituciones públicas (MARENA, INTUR y Alcaldía)

MARENA

El Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales a través del Sistema Nacional de Áreas Protegidas administrado por la Dirección General de Áreas Protegidas le corresponde en materia turística: Regular y promover las actividades de investigación, educación ambiental, ecoturísticas y otras, en áreas protegidas del SINAP.

En función de atender aquellas áreas con potencial turístico y/o interés ambiental, la institución rectora promueve la categoría de comanejo de las Áreas Protegidas, como alternativa a la atención y presencia institucional, en este caso de la ONG SELVA, para la conservación del Estero Padre Ramos.

Estructuralmente el convenio de comanejo contiene vacíos en la definición de funciones del comanejante en su carácter de promotor o administrador turístico, lo que provoca indefiniciones en su función de comanejante.

La delegación del MARENA se ubica en la cabecera departamental de Chinandega.

INTUR

El Plan de Mercadeo y Promoción del año 2004 preparado por el INTUR se orienta a la inversión privada, encaminando y facilitando el trabajo con las empresas de servicios turísticos, informándoles sobre las fluctuaciones del mercado a fin de ajustar su oferta a las nuevas demandas y llevando sus productos al consumidor con campañas y programas de promoción efectivas. Tal es el caso concreto del diseño de un CD interactivo que muestra información para segmentos ecoturísticas, promocionando las Áreas Protegidas en comanejo, entre las que se identifica la RN Estero Padre Ramos.

Dicho plan persigue colocar a Nicaragua en la mente de los turistas potenciales en una posición competitiva y que se cristalicen en ventas reales que generen divisas para el país, rentabilidad para el sector privado, recaudaciones para el sector fiscal y empleos para la ciudadanía.

Las Reservas Naturales y Parques están comprendidas como parte de los productos turísticos nacionales a promocionarse, proyectándose a desarrollar real y potencialmente actividades de senderismo, bird watching, turismo de investigación en la R.N. Estero Padre Ramos.

Los mercados que el INTUR identifica para promocionar turísticamente el producto son: Inglaterra, España, Francia, Italia, Alemania, EEUU y Canadá.

En el nivel central el INTUR brinda servicios de capacitación a través de la modalidad de “Sistema de Bonos de Capacitación” Ver Anexo 6 – Brochure del Sistema de Bonos de Capacitación, consistente en el aporte parcial del INTUR de C\$ 300.00 córdobas y del capacitado C\$75.00 por cada curso recibido. Los capacitadores deben registrarse en el sistema para convertirse en Instructores de Capacitación (ICAP) oficialmente acreditados por INTUR. La oferta de capacitación actual es:

- Administración de PYME’s
- Bartender
- Camarista de hotel
- Cocina
- Guías Turísticos
- Inglés Técnico
- Mesero

Sin embargo, para lograr este beneficio de capacitación el INTUR establece entre sus requisitos el registro anual de los prestadores de servicios turísticos en las Oficinas de INTUR por un valor correspondiente de C\$ 100.00.

Este beneficio puede ser exitoso con aquellos prestadores de servicios que poseen una regular dotación e instalaciones, sin embargo estamos trabajando con emprendedores ecoturísticos cuya filosofía de prestación se basa en micronegocios familiares y/o comunitarios. En tal sentido se recomienda la revisión y negociación del comanejante – MARENA e INTUR de los “requisitos para empresas y actividades turísticas en Áreas Protegidas” establecidos por INTUR, para que estos emprendedores puedan gozar de los beneficios institucionales. Sin embargo, paralelo a



ello se pueden realizar gestiones directas con la Dirección Superior del INTUR para efectos de recibir capacitaciones organizadas directamente por la oficina de capacitación, aunque no lo comprenden sus funciones actuales. Adjunto en Anexo 7 – Requisitos de INTUR para actividades turísticas en Áreas Protegidas.

ALCALDÍA MUNICIPAL EL VIEJO

La máxima expresión organizativa de la Alcaldía es el Comité de Desarrollo Municipal compuesto por los diferentes entes públicos y privados como proyectos, organismos no gubernamentales presentes en el municipio.

La operativización de dicho comité descansa en las comisiones especializadas de trabajo. La comisión ambiental es la que atiende la actividad turística en las Áreas Protegidas en el municipio. Recae en ésta las valoraciones técnicas y políticas para exonerar a empresas patrocinadoras de impuestos locales.

En consulta hecha al Vice Alcalde, señor Luis Bucardo, recomendaba que para solicitar o canalizar este tipo de tratamiento fiscal, se requiere la presentación de bocetos y ubicación física de la promoción turística a realizar para ser revisada en el seno de la comisión ambiental y tomar una decisión sobre la exención total o parcial de impuestos por parte de la empresa patrocinadora.

V.2.4 Instituciones privadas (Tour operadoras, ONGs turísticas, cámaras de turismo)

CÁMARA DE TURISMO

La única cámara con presencia en el departamento de Chinandega es la Cámara Nacional Pequeña y Mediana Empresa Turística (CANTUR) ubicada en la cabecera departamental. La cual se encuentra interesada en que la ONG comanejante tome contacto con ella para establecer relaciones de trabajo de beneficio mutuo.

Es de señalar que al ser socio de una cámara de turismo, además de las obligaciones como es el aporte mensual a la organización, se reciben como beneficios entre otros: inclusión en la propaganda o promoción turística del departamento, sujetos a capacitaciones entre otros.

El CANTUR Chinandega cuenta con tres comisiones de trabajo: Comisión de Promoción Turística, cuyo coordinador es el señor Arturo Cano (fono: 03412342); la Comisión de Capacitación y Asistencia Técnica asumida por el Lic. Juan Cabrera (gerente del Hotel los Volcanes) y la Comisión de Infraestructura coordinada por el Sr. Víctor M. Sevilla (Alcalde de Chichigalpa). El Presidente departamental de INTUR Chinandega es el Sr. Jaime Cáceres (fono: 03410058).

El CANTUR es una excelente plataforma de promoción nacional e internacional, dada su participación en ferias nacionales e internacionales a través del INTUR. El Área Protegida incorporada a esta cámara -a través del comanejante o los prestadores de servicios- gozarán de espacios para la promoción de sus productos turísticos.

TOUR OPERADORAS

Actualmente en el plano nacional se cuenta con tour operadoras que promocionan el turismo convencional en áreas naturales, históricas, arqueológicas y de sol y playa. Existe un déficit de Tour operadoras especializadas en ecoturismo para la atención de las Áreas Protegidas, lo que dificulta un enfoque de sostenibilidad bajo los principios de respeto al medio ambiente, equidad social y beneficios económicos que redunden en la comunidad. Lo cual, sumado a la mínima infraestructura y recién iniciada oferta del Área Protegida produce distorsiones sobre la calidad del servicio, esperando un cambio de mentalidad automática por parte de los comunitarios en su calidad de servidores turísticos.

La relación de las tour operadoras con las Áreas Protegidas ha sido mínima, según las tour operadoras, por las pocas facilidades de infraestructura que brindan los prestadores de servicios comunitarios en las Áreas Protegidas.

En la búsqueda de establecer sinergias con las tour operadoras (Ver Anexo 8 - Lista de participantes) y las Áreas Protegidas, el INTUR en coordinación con el MARENA a través del Proyecto de Comanejo han realizado viajes de familiarización para conocer la calidad de servicios e infraestructura que ofertan actualmente y a su vez, las operadoras brinden comentarios sobre las necesidades míni-



mas de mejoramiento de infraestructura para incorporarlas en la oferta turística nacional e internacional.

Aunque siempre son bienvenidas las sugerencias y recomendaciones para el mejoramiento de infraestructura, se requiere que sean emitidas por agentes especializados en el tema, en este caso por tour operadoras ecoturísticas que estén claras del papel que juega la comunidad en la prestación de servicios y las condiciones materiales y naturales que se encuentra en el área protegida.

El comanejante tiene interés particular de coordinar la promoción turística con la Tour Operadora TNC Tours, cuyo gerente es oriundo de la ciudad de El Viejo.

Mientras, en el plano internacional, existen esfuerzos pioneros, como la Iniciativa de Tour Operadores para el Desarrollo Sostenible del Turismo (www.toinitiative.org) auspiciada por PNUMA, OMT y UNESCO que contempla dentro de la definición de mejores prácticas para el sector, indicadores relacionados con aspectos tales como: beneficios locales, desarrollo comunitario, responsabilidad social, derechos de las comunidades indígenas, proyectos de turismo comunitario, impactos sobre sitios bajo la Convención RAMSAR, alianzas locales, donaciones para proyectos de desarrollo y otros.

En el mercado internacional se cuenta con la Asociación "Tourism For Development (TFD)" fundada en 1998, que actualmente agrupa en Francia a varios de los mayoristas importantes de este país, tales como FNAC y Voyageurs du Monde (www.tourismfordevelopment.com). Los principios básicos de TFD se basan en el compromiso de sus socios en combatir la pobreza en los países donde operan, como respuesta a una demanda de sus clientes que exigen un compromiso efectivo de la industria a través de un aporte solidario del 1% del valor del paquete turístico para financiar proyectos de cooperación con el fin de aliviar la pobreza.

ONGs turísticas

Localmente se carece de este tipo de asistencia. Se identifican en el plano nacional la ONG SWISS CONTACT (info@swisscontact.org.ni) como una

de las organizaciones que apoyan el desarrollo turístico.

OTRAS ONG Y/O PROYECTOS

El Proyecto universitarias Protegidas (Ver Anexo 9 - Resumen del Proyecto) tiene objetivos:

- Fortalecer las investigaciones científicas en áreas protegidas nicaragüenses
- Brindar oportunidades a universitarios Nicaragüenses
- Apoyar las actividades de los equipos técnicos de las seis áreas,
- Desarrollar y promover ecoturismo en las seis áreas Protegida

Este proyecto se identifica con el desarrollo turístico de las Áreas Protegidas por financiar tesis de egresados universitarios que desean realizar estudios cuyos temas se asocien a la educación y/o interpretación ambiental de las áreas protegidas. El compromiso del comanejante es garantizar el seguimiento a los tesis. En el Área Protegida del Estero Padre Ramos apoyan la tesis sobre un plan de desarrollo turístico.

El mecanismo de coordinación para pedir estos estudios consiste en que el comanejante solicita al proyecto tesis en temas de investigación que contribuyan como insumo en la educación ambiental o interpretación ambiental del Área Protegida. El Proyecto selecciona tesis afines y las presenta al comanejante para su aceptación.

En temas de interpretación y diseño de senderos, la ONG Alianza para las Áreas Silvestres (ALAS) www.avesnicaragua.org oferta sus servicios, representando excelentes aliados para la investigación científica de especies, capacitación y desarrollo de programas educativos.

En tanto, el Proyecto Comanejo de Áreas Protegidas (COMAP) es el que ha brindado la asistencia técnica y financiera para establecer y consolidar la figura de comanejo en Áreas Protegidas.

Con base a la caracterización de los actores y agentes del desarrollo turístico se presentan las siguientes actividades y resultados esperados del componente recursos humanos.



Tabla 2 - Resultados Esperados y Actividades Generales del Componente Recursos Humanos

Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 1: Identificado los actores y agentes turísticos que inciden en la gestión turística del Área Protegida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Identificar los diferentes actores y agentes del desarrollo turísticos a fin de establecer sinergias de promoción y gestión con cada uno de ellos. b) Definir y potenciar los deberes de cada uno de estos actores y agentes a fin de maximizar los beneficios al Área Protegida. c) Identificar los servicios turísticos locales como: alquiler de vehículo, guiatura, alojamiento a nivel municipal. d) Establecer coordinaciones de trabajo con las tour operadoras que reúnan los requisitos para la promoción ecoturística del Área Protegida
<p>Resultado Esperado 2: Gestionado y en funcionamiento temas de capacitación para prestadores de servicios turísticos y técnicos del Área Protegida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Con base a las líneas estratégicas de capacitación del personal básico del Área Protegida. b) Coordinar con INTUR los módulos de capacitación que ofertan a través de los "bonos de capacitación". c) Coordinar con ONGs, proyectos e instituciones públicas el financiamiento de los temas de capacitación. d) Gestionar ante la Dirección Superior del INTUR implementación de capacitaciones especializadas.
<p>Resultado Esperado 3: Organizado gremialmente el comanejante y/o prestadores de los servicios turísticos localizados en el Área Protegida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Organizar a los prestadores de servicios turísticos del Área Protegida como socios individuales o de grupo a la cámara de turismo de Chinandega. b) Gestionar en calidad de socios los beneficios que la cámara de turismo promueve como capacitaciones, mejoramiento de infraestructura, intercambio de experiencias.
<p>Resultado Esperado 4: Asegurada las coordinaciones para la investigación científica o disciplinaria de aspectos puntuales del Área Protegida que requieran estudios especializados o interdisciplinarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Establecer acuerdos institucionales con el Proyecto Universitarias Protegidas para cubrir las necesidades de investigación del Área Protegida. b) Seguimiento y aplicabilidad de los resultados de los estudios de investigación realizados por parte del comanejante y/o beneficiarios directos. c) Establecer relaciones de trabajo con la ONG ALAS para el diseño de senderos y/o capacitaciones especializadas.
<p>Resultado Esperado 5: Establecidas relaciones de trabajo con Tour Operadoras que asuman la visión ecoturística del Área Protegida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Caracterizar las tour operadoras que promueven el ecoturismo bajo principios de sostenibilidad para ofertar los paquetes turísticos del Área Protegida. b) Establecer contacto y coordinaciones con organismos tour operadoras internacionales especializadas en ecoturismo.

V.2.5 Sinergia de la ONG comanejante con los diferentes actores públicos y privados

En la actividad turística convergen una gama de actores y agentes que contribuyen a su desarrollo. Como actores se identifica al comunitario prestador de los servicios (alimentación, alojamiento, guiatura, alquiler de caballos, etc.), pasando por los intermediarios locales y nacionales, y por supuesto el turista, comprometido con la conservación interesado en descubrir sitios remotos y de alto valor escénico y/o natural.

Los agentes que inciden en la actividad turística son el comanejante calidad de administrador del Área Protegida, las Tour Operadoras cuya función es la de detectar mercados que respondan a la característica del Área y venderlos en paquetes turísticos y las Cámaras Departamentales de Turismo entre cuyas funciones está la búsqueda y gestión de beneficios al sector turístico.

En el nivel municipal se carece de una plataforma de coordinación de la gestión turística, pese a la presencia de servicios mínimos de dos Áreas Protegidas y la localización de empresas turísticas: una Marina turística Puesta del Sol y el Hostal Cosigüina.

Por su parte, el desarrollo turístico del Área Protegida no podrá asegurarse sin una visión articulada entre municipio y departamento, donde se localizan además, otros productos turísticos de valor comercial, por lo cual la Asociación Turística de Restaurantes y Bares JIZOPA debe jugar un rol proactivo a iniciativas organizativas que permitan generar beneficios líquidos y/o de productos en el Área Protegida.

Las sinergias con organismos o instituciones para el apoyo financiero y/o asistencia técnica corresponden principalmente a los siguientes:

El organismo SWISS CONTACT brinda asistencia técnica para la promoción turística, los cuales han venido realizando una excelente labor con los propietarios turísticos de San Juan del Sur. Es importante retomar la experiencia y canalizar solicitudes de cooperación a este organismo.

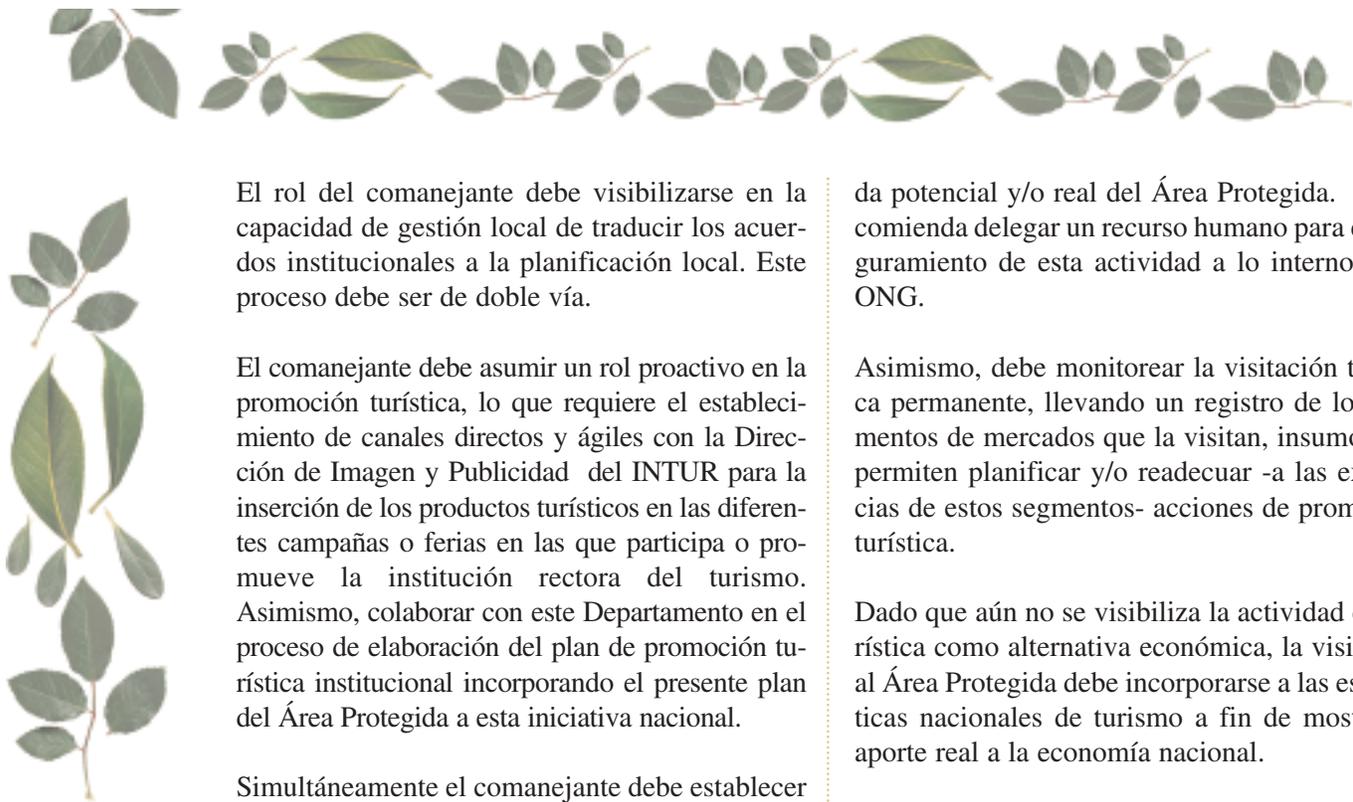
La búsqueda de financiamiento para los prestadores de servicios, además de la formulación de proyectos concretos que pueda agenciar el comanejante, requiere la creación de canales con el Instituto de la Pequeña y Mediana Industria (INPYME), con las Cámaras de Turismo presentes en el departamento o bien a nivel nacional que canalicen financiamientos directos a los prestadores de servicios. Estos financiamientos pueden estar dirigidos a la mejora de infraestructura turística, a aspectos de capacitación, asistencia técnica entre los principales.

En el seno del Comité de Desarrollo Municipal como máxima autoridad participativa e institucional, debe asumir el trabajo de promoción turística por medio de la Comisión del Ambiente donde se encuentra en calidad de miembro el comanejante. Debe dirigir esfuerzos para la búsqueda de financiamiento del gasto público en lo que respecta a la creación de infraestructura: transporte y servicios públicos (tratamiento de aguas residuales, agua potable, mantenimiento de carreteras, etc.) que permitan un mayor y mejor acceso al Área Protegida.

El Convenio Interinstitucional del MARENA-INTUR sobre planificación del turismo sostenible en las Áreas Protegidas, al ser operativizado permitiría elevar el nivel de conocimiento de los prestadores de servicios sobre el enfoque ecoturístico. Institucionalmente el INTUR cuenta con la Unidad del Ambiente donde aborda el enfoque de turismo sostenible y ha establecido coordinaciones con el MARENA a través del Proyecto de Comanejo de Áreas Protegidas. Se requiere por la parte institucional MARENA constituir un área de turismo sostenible que articule desde la perspectiva ambiental la actividad turística sino permanente, por lo menos los cinco primeros años de consolidación de este proceso en las Áreas Comanejadas, para su efecto multiplicador posterior en otras Áreas.

Con el INTUR deben establecerse coordinaciones para la facilitación de capacitaciones a través de la modalidad de “bonos de capacitación” o bien a través de acuerdos superiores institucionales sobre temáticas especializadas.





El rol del comanejante debe visibilizarse en la capacidad de gestión local de traducir los acuerdos institucionales a la planificación local. Este proceso debe ser de doble vía.

El comanejante debe asumir un rol proactivo en la promoción turística, lo que requiere el establecimiento de canales directos y ágiles con la Dirección de Imagen y Publicidad del INTUR para la inserción de los productos turísticos en las diferentes campañas o ferias en las que participa o promueve la institución rectora del turismo. Asimismo, colaborar con este Departamento en el proceso de elaboración del plan de promoción turística institucional incorporando el presente plan del Área Protegida a esta iniciativa nacional.

Simultáneamente el comanejante debe establecer a nivel local e internet un constante monitoreo de la promoción turística a fin de atender la deman-

da potencial y/o real del Área Protegida. Se recomienda delegar un recurso humano para el aseguramiento de esta actividad a lo interno de la ONG.

Asimismo, debe monitorear la visitación turística permanente, llevando un registro de los segmentos de mercados que la visitan, insumos que permiten planificar y/o readecuar -a las exigencias de estos segmentos- acciones de promoción turística.

Dado que aún no se visibiliza la actividad ecoturística como alternativa económica, la visitación al Área Protegida debe incorporarse a las estadísticas nacionales de turismo a fin de mostrar el aporte real a la economía nacional.

A continuación se recogen las actividades generales de este subcomponente.

Tabla 3 - Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Sinergia del Comanejante con los diferentes actores públicos y privados

Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 1: Articulado los mecanismos de coordinación del comanejante con los diferentes actores y agentes de la gestión turística para la promoción del área, generación de capacidades locales, renta para los servidores turísticos y beneficios conexos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Revisión y adecuación de los términos del Convenio de comanejo sobre deberes y derechos en general y su función en la gestión turística. b) Establecer sinergias en la esfera local y nacional con el sector privado, público y de cooperación para posicionar el Área Protegida en los circuitos turísticos institucionales y privados, así como ser sujeto directo de beneficios del sector. c) Negociar con tour operadoras locales, nacionales e internacionales la venta de paquetes turísticos con un enfoque de valor agregado al pertenecer a la categoría jurídica de Áreas Protegidas. d) Gestionar asesoría ante la Iniciativa de Tour Operadoras para el Desarrollo Sostenible del Turismo (www.toinitiative.org) con el objetivo de mercadear el Área Protegida con indicadores de: beneficios locales, desarrollo comunitario, responsabilidad social, impactos sobre sitios bajo la Convención RAMSAR. e) Creación y fortalecimiento de plataformas de coordinación y operativización de la gestión turística al nivel local y municipal. f) Participación de los emprendedores turísticos en eventos, ferias y otras actividades de promoción turística local, nacional e internacional.



Resultado Esperado	Actividades Generales
	<ul style="list-style-type: none"> g) Coordinar con la Cámara de Turismo de la Pequeña y Mediana Empresa Turística (CANTUR) Chinandega las acciones de promoción y gestión de beneficios a los emprendedores del A.P. h) Suscribirse a la Sociedad Mundial de Ecoturismo (The Ecotourism Society) (www.ecotourism.org). i) Coordinar con la ONG LIDER la promoción conjunta de los productos turísticos afines j) Gestionar ante el MARENA para que el registro estadístico del AP se incorpore a las estadísticas nacionales del INTUR como segmento ecoturístico.
<p>Resultado Esperado 2: Planificada la promoción turística en coordinación con los diferentes actores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Optimizar los espacios que brinda la Dirección de Imagen y Publicidad en coordinación con la Unidad Ambiental del INTUR para la formulación del Plan de Acción de Promoción Turística institucional. b) Incorporar el presente plan de promoción turística del AP al esfuerzo nacional.

V.3 RECURSOS DE CAPITAL

Este componente comprende desde del diseño el producto y de paquetes turísticos con su respectivo ejercicio de priorización hasta las acciones de promoción turística integrales.

V.3.1 Diseño del Producto

El diseño de los productos turísticos del presente plan, se articulan con los esfuerzos institucionales expresados en el Plan de Mercadeo 2004 del INTUR, cuya estrategia de promoción consiste en diferenciar y vender por productos los atractivos de Nicaragua, que hasta hace poco se ofertaban como un solo destino. Los productos turísticos que actualmente promociona Nicaragua en el plano internacional y nacional son: historia, aventura y naturaleza. En éste último se incorpora el segmento ecoturístico donde las Áreas Protegidas comanejadas representan el atractivo principal.

Asimismo se retoman los resultados¹ del análisis de los criterios de evaluación del potencial ecoturístico del Área Protegida, en función de las variables: calidad, apoyo, accesibilidad, infraestructura

y significado del Área, la R.N. Estero Padre Ramos se ubica en la Jerarquía II. Dicha jerarquía clasifica al Área como un sitio de atractivos de gran significado en el mercado turístico local, departamental, regional y nacional.

Las modalidades turísticas que pueden practicarse amigablemente en Áreas Protegidas, contribuyendo con los objetivos de conservación se establecen en dos grandes líneas o componentes:

- Componente Lúdico – Deportivas
- Componente Interpretativo-Educativo: ecoturismo, agroturismo y turismo cultural

La incipiente planta turística que oferta la RN Estero Padre Ramos cuenta con infraestructura rústica que sumado a sus atributos naturales de ser un Área Protegida y contar con la presencia del comanejante, reúne las condiciones para explotar el turismo de naturaleza y/o ecoturismo.

El producto turístico está representado en las prestaciones: guiatura a los senderos terrestres, acuáticos y de mangle, alquiler de botes, alojamiento,



¹Estrategia de Promoción Turística en seis Áreas Protegidas (Gomezmaqueda, 2002).

alimentación, alquiler de caballos, miradores para observación de aves, etc. y por elementos tangibles e intangibles como: observación de fauna y flora, recreación, belleza escénica, caminatas por senderos, baño en estero y playas, que brindan beneficios al turista de acuerdo a determinadas expectativas y motivaciones.

Los paquetes turísticos que serán presentados en los siguientes acápite, se diseñaron respondiendo a los objetivos de:

- educación ambiental
- interpretación del entorno
- afán cultural
- comunicación, etc.

Igualmente han sido seleccionados dichos productos, considerando la calidad de los servicios, la diversificación de la oferta y la diferenciación el producto. En el marco del fortalecimiento institucional, se establecieron criterios de ponderación para la elegibilidad de los productos turísticos (Ver Anexo 10 – Criterios de ponderación).

Asimismo, se presenta en el Anexo 11 - Matriz de necesidades de infraestructura, los requerimientos de mejoramiento de los servicios, de dotación de infraestructura y facilidades turísticas de los atractivos turísticos de mayor visitación, incluyendo necesidades de capacitación.

Con base al estudio de senderos promovido por COMAP y los atractivos turísticos del AP se definieron participativamente los paquetes turísticos a ofertar actual y potencialmente por la reserva natural, así como otros de interés del comanejante. Cabe señalar que los esfuerzos del presente plan de promoción turística se centran en los paquetes turísticos del Área Protegida.

Los siguientes paquetes turísticos diseñados participativamente con la ONG comanejante, deben ser ofertados de acuerdo al movimiento de mareas de pleamar y bajamar.

V.3.2 Paquetes Turísticos

Los paquetes turísticos toman de eje el Área Protegida a través de la Estación de Guardaparques de la Reserva Natural. Por lo cual se incluye la visita al Centro de Visitantes de la Estación de Guarda-

parques para la interpretación del Área. Igualmente se diseñaron otros paquetes turísticos de interés particular del comanejante.

En cada paquete turístico se especifican las necesidades de mejoramiento de infraestructura y logística, necesidades de capacitación y Operacionalización del mismo.

PAQUETE TURÍSTICO 1

Conozca Padre Ramos

Primer Día (mañana)

- Visita a la Estación de Guardaparques donde se brinda información del Área en el Centro de Visitantes. Se ubica artesanías y souvenir para venta.



- Ubicación de equipaje en el sitio para pernoctar, opciones: El Rancho Tortuga Boluda de Doña Reyna Hernández o ranchos gestionados por el comanejante en la Comunidad Padre Ramos; Hotel Los Zorros en la Comunidad Los Zorros o acampar en la Estación de Guardaparques.
- En lancha, parten de la Playa de la Bocana (marea baja) o bien de la Bahía Padre Ramos (si está pleamar) la otra opción es salir del Estero Los Zorros.
- Pasa cerca de la Islita Champerico, donde se narra la historia de confinamiento del Padre Francisco Ramos, nombre actual del Estero.
- Se accede al Sendero Chichihualtepec o El Mangle con dirección Este bordeando Isla La Vaca, recorriendo el Estrecho El Tiburón, siempre con dirección Este se va al codo de El Sendero donde se puede observar La Loma Chichihualtepec (propone un muelle y sendero que suba a la loma). En las faldas de la Loma se pueden observar aves.
- Se sale del sendero en dirección al sector 4 Esquinas (interpretación hidrográfica)



- Después se continúa en dirección S.O. bordeando la Isla La Vaca y visualizando la Playa de Los Zorros, con la opción de hacer una parada para descanso, alimentación y baño (eventualmente hacer kayak) en el Hotel Los Zorros.
- Compra de artesanías en la comunidad Padre Ramos.
- Almuerzo en los lugares de alojamiento.

En este paquete es opcional:

- Llegar a las puertas de la camaronera del Sr. Lorgio Quintanilla y hacer una explicación del proceso de producción del camarón.

Primer día (Tarde)

- Visitar las playas de Jiquilillo, la Bocana de Padre Ramos y playa El Zorro con opción a baño.
- Cabalgatas en la playa



- Alquiler de bote de remo en la bahía de Los Zorros
- Compra de artesanía
- Cena en el lugar de alojamiento

Segundo Día (mañana):

Gira a Puerto Arturo y Estero de Mechapa

- Parte en lancha de la Playa de la Bocana o Bahía Padre Ramos con dirección N.O., se transita perpendicularmente la Bocana del Estero Padre Ramos (según dinámica de la marea)

- Interpretación de la Península Venecia, Padre Ramos y Península El Tintal (Loma El Cobre)



- Recorrido cerca de la Isla La Tigra, donde se puede observar sus playones en Bajamar, este sitio es dormitorio de aves. Se pueden observar aves, como garzas esporádicas en hora temprana de la mañana y por la tarde.

- Se sigue en dirección N.O. hacia la Isla La Mona, se desembarca en una pequeña área de atracadero para descanso y baño. Se recomienda llevar un termo con refrescos, cervezas, sándwich y frutas) y recoger los desechos. Alternativamente una comunitaria puede vender estos productos.



- Después del descanso recorrer los playones donde se pueden avistar aves en bajamar, se puede fotografiar la parte sur del Volcán Cosigüina.

- Se navega por los canales para entrar al Estero de Mechapa, transitando el sector conocido como el Pasadizón donde se observan sitios de descanso de garzas. Se acerca a la isla La Pelota (este islote es producto de la explosión volcánica) para su interpretación.

- De regreso a Playa La Bocana de Padre Ramos o Bahía Padre Ramos se baja en paralelo con la Península de Venecia. Opcional si vienen de regreso, pueden haber condiciones para la observación de aves por la tarde.

Segundo Día (tarde):

- De regreso a su lugar de origen hacer un recorrido por la ciudad de El Viejo: visita al Santuario Nacional de la Basílica de la Concepción de María y el centro del pueblo (historia)





Cuadro 1 - Mejoramiento de Infraestructura del Paquete Turístico Conozca Padre Ramos



Mejoramiento de Infraestructura y/o equipo	Necesidades de Capacitación	Operacionalización del Paquete
Construcción de muelle de concreto en Playa de la Bocana, así como sombrillas típicas.	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Primeros Auxilios • Interpretación Ambiental • Cartografía • Manejo de grupos guiados • Inglés (guías locales) • Preparación de alimentos (artes culinarias) • Presentación de alimentación • Servicio de hotelería • Guías Locales • Administración hotelera • Ecoturismo • Capacitación a los conductores de buses para canalizar visitantes directos al A.P. 	Un recurso humano permanente que atienda las solicitudes de visitación al Área Protegida.
Mantenimiento para área de camping en la Estación de Guardaparques.		La promoción del paquete turístico debe recaer en tour operadoras especializadas y a través de la página web del comanejo.
Construcción de mirador en Loma El Cobre (propiedad del Sr. Rufino Andino)		El aseguramiento de los diferentes servicios (alimentación, alojamiento, alquiler de caballos, guías comunitarios, alquiler de vehículo) en la comunidad debe ser organizado previamente por el comanejante
Construcción de Rancho Estancia en la Isla La Tigra, adyacente a los playones de El Tintal.		Registrar en el libro de visitantes la atención de estos grupos de turistas.
Construcción de Muelle en el Puerto de Punta de Piedra para acceder al Sendero.		Las tarifas establecidas por los prestadores de servicios (hospedaje, alimentación, alquiler de bote, guías) deben contemplar la tarifa neta. Esto debe ser un acuerdo entre los prestadores y la tour operadora. Publicar un folleto de las especies del Estero Padre Ramos para venta a los visitantes.
Delimitación del Sendero en Punta de Piedra.		
Construcción del rancho-estancia con bancas en la Loma Punta de Piedra		
Mantenimiento de los canales naturales del Estrecho del Tiburón (Sendero Chichihualtepec o El Mangle).		
Construcción de un muelle para acceso a la Loma de Chichihualtepec.		
Construcción de un rancho-mirador en la Loma Chichihualtepec.		



Mejoramiento de Infraestructura y/o equipo	Necesidades de Capacitación	Operacionalización del Paquete
Construcción de Muelle y sendero en la Isla La Vaca.		
Construcción de muelle de concreto en la Bahía del Estero Padre Ramos.		
Mantenimiento de los ranchos-estancia y sendero de acceso en la Isla La Mona.		
Dotación para cocina, alojamiento a los prestadores de servicios.		
Facilitación de radios de comunicación portátil para los guías locales con la Estación de Guardaparques.		
Chalecos salvavidas		
Botiquín de Primeros Auxilios vigente.		
Señalización de acceso en las carreteras primarias y secundarias para la reserva natural.		
Señalización y rotulación a lo interno de la reserva natural e intersecciones.		

PAQUETE TURÍSTICO 2

Puerto Arturo – Cosigüina

Primer Día (mañana)

- Visita a la Estación de Guardaparques donde se brinda información del Área en el Centro de Visitantes. Se ubica artesanías y souvenir para venta.
- Parten de la Bahía Padre Ramos (pleamar) con dirección N.E., para acercarse a la Islita Champerico y brindar información del nombre





que lleva el Estero, posteriormente enrumbarse hacia el N.O. perpendicular con la Bocana del Estero Padre Ramos (según dinámica de la marea).

- Interpretación de la Península Venecia, Padre Ramos y Península El Tintal (Loma El Cobre)
- Recorrido cerca de la Isla La Tigra, donde se puede observar sus playones en Bajamar, este sitio es dormitorio de aves. Se pueden observar aves, como garzas esporádicas aproximadamente a las 05.00am y las 05.00 p.m. Dependiendo de la marea puede ser área de baño.



- Se sigue en dirección N.O. hacia la Isla La Mona, se desembarca en una pequeña área para descansar y baño. Se recomienda llevar un termo con refrescos, cervezas, sándwich y frutas) y recoger los desechos. Se explica la presencia de pobladores en la Ballona dedicados a pesca y extracción. En esta Isla se interpreta el mangle. La otra opción es que una comunitaria venda estos productos.

- Después del descanso se recorren los playones desde donde se pueden avistar aves en bajamar, se puede fotografiar la parte sur del Volcán Cosigüina.

Primer Día (tarde):

- Parten de la Isla La Mona hacia el Norte, rumbo a Puerto El Jaime, comunidad La Ballona donde esperarían vehículo para trasladarlos por tierra hacia Cosigüina.
- Visitar el Centro Ecoturístico de Aguas Termales La Piscina y hacer recorrido en el Sendero Los Humedales.



- Posteriormente pasar hasta la comunidad de Cosigüina donde cenarían
- Luego dirigirse a la Estación de Guardaparques donde se brindaría información del Área en el Centro de Visitante. Ahí dejaría su equipaje para pernoctar en la noche.
- En el atardecer bajar a la Playa El Carbón y hacer recorrido a caballo hasta Playa La Salvia o los farallones

Segundo Día (mañana)

- Desayuno en la Estación de Guardaparques del V. Cosigüina
- Ascender el Sendero Las Guacamayas con opción de bajar por el Sendero El Jovo o Potosí
- Visita y Almuerzo en la comunidad de Potosí. Opcional baño en los termales de Potosí

Segundo Día (tarde)

- De regreso a su lugar de origen hacer un recorrido por la ciudad de El Viejo: visita al Santuario Nacional de la Basílica de la Concepción de María y el centro del pueblo (historia)



Cuadro 2 - Mejoramiento de infraestructura del Paquete Turístico Puerto Arturo - Cosigüina

Mejoramiento de Infraestructura y/o equipo	Necesidades de Capacitación	Operacionalización del Paquete
<p>Mantenimiento a la Bahía de Puerto Arturo.</p> <p>Construcción de Muelle El Jaime.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Primeros Auxilios • Interpretación Ambiental • Cartografía • Manejo de grupos guiados • Inglés (guías locales) • Preparación de alimentos (artes culinarias) • Presentación de alimentación • Servicio de hotelería • Guías Locales • Administración hotelera • Ecoturismo • Capacitación a los conductores de buses para canalizar visitantes directos al A.P. 	<p>Un recurso humano permanente que atienda las solicitudes de visitación al Área Protegida.</p>
<p>Restauración de la casa hacienda de Puerto Arturo.</p>		<p>La promoción del paquete turístico debe recaer en tour operadoras especializadas y a través de la página web del comanejo.</p>
<p>Construcción de área de camping en Loma Santón (Mazantón).</p>		<p>El aseguramiento de los diferentes servicios (alimentación, alojamiento, alquiler de caballos, guías comunitarios, alquiler de vehículo) en la comunidad debe ser organizado previamente por el comanejante.</p>
<p>Dotación de equipo para atención en la casa hacienda Puerto Arturo (alimentación, hospedaje).</p>		<p>Registrar en el libro de visitantes la atención de estos grupos de turistas.</p>
<p>Facilitación de radios de comunicación portátil de los guías locales con la Estación de Guardaparques.</p>		<p>Las tarifas establecidas por los prestadores de servicios (hospedaje, alimentación, alquiler de bote, guías) deben contemplar la tarifa neta. Esto debe ser un acuerdo entre los prestadores y la tour operadora.</p>
<p>Chalecos salvavidas</p>		<p>Publicar un folleto de las especies del Estero Padre Ramos para venta a los visitantes.</p>
<p>Botiquín de Primeros Auxilios vigentes.</p>		
<p>Señalización en las carreteras primarias y secundarias del acceso a la reserva natural.</p>		
<p>Señalización y rotulación a lo interno de los senderos e intersecciones de la reserva natural.</p>		





PAQUETE TURISTICO 3

Península de Venecia

(Pendiente de finalización de proyecto ecoturístico de la ONG SELVA, para definir paquete turístico).

- Visita a la Estación de Guardaparques donde se brinda información del Área. Se localiza artesanía y souvenir para venta.
- Parte de la Playa de la Bocana o Bahía Padre Ramos con dirección N.O., se transita perpendicularmente la Bocana del Estero Padre Ramos (según dinámica de la marea)
- Se interpreta la Islita Champerico, donde se narra el porqué el Estero recibe el nombre de Padre Francisco Ramos.



- Desembarcar en Venecia

Este paquete es opcional con: En proyecto

Duración del recorrido: En proyecto

Cuadro 3 - Mejoramiento de infraestructura del Paquete Turístico Península de Venecia

Mejoramiento de Infraestructura y/o equipo	Necesidades de Capacitación	Operacionalización del Paquete
Construcción de muelle, rancho, hospedaje y senderos en la Península.	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Primeros Auxilios • Interpretación Ambiental • Cartografía • Manejo de grupos guiados 	Un recurso humano permanente que atienda las solicitudes de visitación al Área Protegida.
Dotación de equipo para cocina, hospedaje y alojamiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Inglés (guías locales) • Preparación de alimentos (artes culinarias) 	La promoción del paquete turístico debe recaer en tour operadoras especializadas y a través de la página web del comanejo.
Radio comunicadores para los guías locales.	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de alimentación • Servicio de alojamiento • Guías Locales • Administración hotelera 	El aseguramiento de los diferentes servicios (alimentación, alojamiento, alquiler de caballos, guías comunitarios, alquiler de vehículo) en la comunidad debe ser organizado previamente por el comanejante.
Botiquín de Primeros Auxilios vigente.	<ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo • Capacitación a los conductores de buses para canalizar visitantes directos al A.P. 	
Señalización en las carreteras primarias y secundarias del acceso a la reserva natural.		



Mejoramiento de Infraestructura y/o equipo	Necesidades de Capacitación	Operacionalización del Paquete
<p>Señalización y rotulación a lo interno de los senderos de la Península Venecia.</p>		<p>Registrar en el libro de visitantes la atención de estos grupos de turistas.</p>
		<p>Las tarifas establecidas por los prestadores de servicios (hospedaje, alimentación, alquiler de bote, guías) deben contemplar la tarifa neta. Esto debe ser un acuerdo entre los prestadores y la tour operadora.</p>
		<p>Publicar un folleto de las especies del Estero Padre Ramos para venta a los visitantes.</p>

PAQUETE TURÍSTICO 4

Religioso

- Visita y/u hospedaje en el PET (SELVA diseña un sendero interno de flora y fauna típica)
- Visita al Santuario Nacional de la Basílica de la Concepción de María y centro del pueblo (historia)
- Visita a la Parroquia de Esquipulas o Cristo Negro (Señor de Esquipulas)
- Visita a la Iglesia San José
- Visita a la Iglesia El Calvario (imagen de Cristo en El Calvario) (vía crucis de los viernes en Semana Santa)
- Explicación del río que atraviesa la ciudad
- Visita a la venta de cajetas de bollo, rosquillas y zapoyol
- Visita a la casa de la Virgen de Hato en El Viejo
- Visita a la fuente del Puente Limón
- Visita al Mirador de San Cayetano (requiere construcción de infraestructura) para observación del Estero Padre Ramos



- Visita a la Ermita de la Virgen de Hato
- Almuerzo en El Viejo (El Mesón, El Refugio, Tezoatega o PET)
- Compra de reliquias

Este paquete es opcional con:

- Paquete No. 1 – Conozca Nicaragua
- Paquete No. 2 – Puerto Arturo – Cosigüina

Duración: 1 día (sin incluir opciones)





Cuadro 4 - Mejoramiento de Infraestructura del Paquete Turístico Religioso



Mejoramiento de Infraestructura y/o equipo	Necesidades de Capacitación	Operacionalización del Paquete
<p>Construcción de Mirador en la Loma San Cayetano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Primeros Auxilios • Interpretación Ambiental • Cartografía • Manejo de grupos guiados • Inglés (guías locales) • Preparación de alimentos (artes culinarias) • Presentación de alimentación • Servicio de hotelería • Guías Locales • Administración hotelera • Ecoturismo • Capacitación a los conductores de buses para canalizar visitantes directos al A.P. 	<p>Un recurso humano permanente que atienda las solicitudes de visitación al Área Protegida.</p>
<p>Definición e interpretación de senderos en el PET.</p>		<p>La promoción del paquete turístico debe recaer en tour operadoras especializadas y a través de la página web del comanejo.</p>
<p>Señalización en las carreteras primarias y secundarias para acceder al municipio, la Basílica, otros puntos religiosos y reserva natural.</p>		<p>El aseguramiento de los diferentes servicios (alimentación, alojamiento, alquiler de caballos, guías comunitarios, alquiler de vehículo) en la comunidad debe ser organizado previamente por el comanejante.</p>
		<p>Registrar en el libro de visitantes la atención de estos grupos de turistas.</p>
		<p>Las tarifas establecidas por los prestadores de servicios (hospedaje, alimentación, guías) deben contemplar la tarifa neta. Esto debe ser un acuerdo entre los prestadores y la tour operadora.</p>
		<p>Publicar un folleto de las especies localizadas en el PET para venta a los visitantes.</p>



Valorando otros componentes del producto turístico, como son los medios de acceso; servicios y equipamientos en destino; precio e imagen se prioriza la promoción de los productos al mercado, en corto y mediano plazo.

Tanto los medios de acceso, como los servicios y equipamientos son mínimos asociados al enfoque de turismo de naturaleza y/o ecoturismo.

Respecto a la definición de precios de los paquetes turísticos, en la formulación del presente plan y como actividades a realizar se contempla la estructuración de los precios por paquetes turísticos o bien independientes.

V.3.3 Producto turístico corto plazo

Los productos turísticos de corto plazo reúnen las condiciones de accesibilidad en todo tiempo, presencia mínima de servicios y equipamientos, debilidad en la definición de precios, que se traducen, en precios exorbitantes o que no cubren los costos de operación.

- Paquete Turístico No. 1
Conozca Padre Ramos
- Paquete Turístico No. 2
Puerto Arturo-Cosigüina

En estos paquetes se requiere la construcción mínima de infraestructura para mejorar la calidad del servicio, sin embargo se puede ofrecer bajo las condiciones actuales el mismo producto.

V.3.4 Producto turístico mediano plazo

- Paquete Turístico 3
Península Venecia
- Paquete Turístico 4
Visita Religiosa

V.3.5 Operacionalización del paquete turístico

Por cada paquete turístico arriba indicado se especifican las acciones que contribuyen a la operatividad de los mismos con el objetivo de facilitar interdisciplinariamente los diferentes procesos administrativos, financieros y operativos. En este acápite se presentan los pasos gene-

rales para Operativizar los paquetes turísticos, algunos de los cuales se encuentran incorporados en los cuatro paquetes turísticos del Estero Padre Ramos. A saber:

- Los paquetes turísticos deben ser promocionado principalmente a través de las tour operadoras que operan turismo de naturaleza, sin embargo se contará con otros medios de comunicación para la publicidad como son: televisión, internet, radio, prensa, entre otros.
- Las tarifas establecidas por los prestadores de servicios (hospedaje, alimentación, alquiler de bote, guías) deben contemplar la tarifa neta. Esto debe ser un acuerdo entre los prestadores y la tour operadora.
- El servicio turístico a través de tour operadora será: tour operadora-comanejante-comunitarios. El canal de comunicación de la tour operadora hacia el Área Protegida será el comanejante, ésta garantizará que el producto turístico ofertado sea de alta calidad, según las condiciones del Área Protegida. Este mecanismo de comunicación será progresivamente sustituido, en la medida que la comunidad genere sus propias capacidades locales en el manejo efectivo de sus recursos.
- Tomar contacto con tour operadoras locales como son Quetzaltrekker (leon@quetzaltrekker.com); Servitours León (servitournica@yahoo.es) y Solentiname Tours (móvil: 8681569) e ICN Tours (www.icntours.com)
- El contacto directo de turistas al Área Protegida se sugiere sea canalizado en una primera parte por la Estación de Guardaparques, donde además deben llevar registro de los mismos.
- Para efectos del control en el A.P. de visitantes canalizados por Tour Operadora o el comanejante, se solicitará a éstos los datos generales de sus visitantes, los cuales deberán registrarse en el libro de visitantes localizado en la Estación de Guardaparques.
- Promover recorridos acuáticos ecológicos al Estero, en senderos que no impacten negativamente al ecosistema.
- Coordinar con los prestadores de servicios turísticos de Marina del Sol, los ubicados en la ciudad El Viejo y Jiquilillo las visitas a la Estación de Guardaparques.





Tabla 4 - Resultados Esperados y Actividades Generales del sub componente Operacionalización Paquetes Turísticos

Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 1: Consensuado a lo interno del equipo y con las tour operadoras los paquetes turísticos a promocionar nacional e internacionalmente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Definir participativamente con el equipo técnico comanejante los paquetes turísticos a promocionar. b) Definir precios netos de los productos turísticos. c) Ofrecer los paquetes turísticos a las Tour Operadoras para su promoción y/o validación circuito de venta real. d) Atender al nivel local y comanejante la promoción de los paquetes para segmentos turísticos que contactan directamente el Área. e) Actualizar permanentemente Establecer las necesidades de mejoramiento de infraestructura, dotación y recursos humanos en los diferentes paquetes turísticos.
<p>Resultado Esperado 2: Contratado y operando promotor turístico para el Área Protegida</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Gestionar los recursos financieros para la contratación de promotor turístico. b) Definida las funciones de su cargo específico para el Área Protegida.
<p>Resultado Esperado 3: Definida la estructura de costos de los servicios brindados en los paquetes turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Realizar estudio de los costos de los diferentes paquetes turísticos ofertados. b) Negociar con las tour operadoras el precio neto de los servicios brindados

V.3.6 Recomendaciones del mejoramiento de los servicios turísticos, infraestructuras y facilidades esenciales a ser implementadas.

Al igual que la operativización de los paquetes turístico, las recomendaciones particulares de mejoramiento de infraestructura han sido abordadas en cada paquete turístico.

Sin embargo en el mencionado Anexo 11 – Matriz de Necesidades de Infraestructura se encuentra detallado por atractivo turístico las necesidades de mejoramiento de infraestructura. Cabe señalar que se ubican atractivos fuera del Área Protegida dada la necesidad de diversificar la oferta para hacer más competitiva el Área.

Las principales debilidades encontradas en el Área Protegida son la calidad de los servicios básicos y turísticos, así como de infraestructura tu-

rística y la limitada variedad de la oferta turística.

Otra de las principales debilidades es la ausencia de señalización en las carreteras primarias que acceden al Área Protegida, así como en carreteras secundarias a lo interno o adyacente a la Reserva Natural. No se cuenta con señalización en las principales intersecciones lo que provoca la constante consulta a los habitantes ubicados en el recorrido o la desmotivación para llegar al Área. Para lo cual se recomienda implementar la propuesta financiada por el COMAP sobre Rotulación de Carreteras y Caminos en las Áreas Protegidas, sumado a las acciones que realiza el Proyecto de Ordenamiento de la Propiedad (PRODEP) en el amojonamiento de las Áreas Protegidas.

En la calidad del servicio turístico hay debilida-





des que limitan su promoción integral, requiriendo de entrenamiento y seguimiento que eleven sus capacidades actuales. El INTUR cuenta con el departamento de Empresa y Actividades Turísticas donde mandata que todo negocio o micro-negocio turístico debe registrarse anualmente aportando la suma de C\$ 100.00, esto al margen de cualquier otro arancel impositivo.

El beneficio de este registro para los prestadores de servicios consiste en recibir capacitaciones

parcialmente financiadas, inclusión en material divulgativo entre otros. Dada las ventajas que esto representa al sector, es necesario que el comandante organice a los grupos que realmente se encuentran interesados en brindar el servicio y crear un fondo que permita la gestión de capacitaciones ante el INTUR.

A continuación las principales actividades para el aseguramiento del mejoramiento de infraestructura.

Tabla 5 - Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Recomendaciones generales para el mejoramiento servicios turísticos e infraestructura

Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado No. 1: Construidas la infraestructura en los principales puntos de recorrido de interpretación en el circuito turístico, así como facilitada la dotación turística a los emprendedores que ofrecerán servicios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Rotular los principales acceso e intersección al Área Protegida: empalme de León, empalme de Chinandega, Empalme de El Viejo, Empalme de Potosí, empalme de Jiquilillo, comunidad de Jiquilillo, comunidad Los Zorros y Comunidad Padre Ramos. Igualmente se requiere rótulo en la entrada del Parque Ecológico Tezoacalt (PET) b) Rotular los senderos internos al Área Protegida y puntos de interpretación ambiental. c) Mejorar los servicios de venta, como de artesanías de la Sra. Yáscara Bonilla ubicando por ejemplo muestras de su producto en la Estación de Guardaparques. d) Facilitar condiciones en la Estación de Guardaparques para acampar. e) Promover la colocación de techos en las lanchas para los senderos acuáticos abiertos (Puerto Arturo y Mechapa) y mantener botes sin techos para los senderos acuáticos cubiertos de vegetación.
<p>Resultado Esperado 2 Garantizada dotación a los prestadores de servicios turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Gestionar la compra o donación de dotación de cocina, hospedaje, restaurante, salvavidas y primeros auxilios para los prestadores de servicios turísticos.
<p>Resultado Esperado 3: Interpretado ambientalmente los productos turísticos actuales y potenciales del A.P.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Con base a los paquetes turísticos diseñar la interpretación ambiental de sus atractivos. b) Coordinar con universidades, proyecto Universitarias protegidas, ALAS o universidades internacionales convenios de cooperación para el desarrollo de tesis que promuevan la investigación científica del Área y suministre insumos a la interpretación ambiental de la misma. c) Retomar la propuesta de rotulación de carreteras y cami-





Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 4: Establecidas las necesidades de valorización o recuperación de los sitios turísticos degradados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Gestionar recursos para la recuperación de sitios degradados. b) Establecer campañas de reforestación o control de incendios para mitigar los sitios degradados ambientalmente. c) Coordinar con las instituciones públicas municipales, departamentales y nacionales para el mantenimiento de las vías de acceso al Área Protegida.
<p>Resultados Esperado 5: Organizadas las coordinaciones con INTUR y MARENA para el registro de micronegocios localizados en el Área Protegida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Promover el registro de los prestadores de servicios turísticos en las estructuras departamentales del INTUR. b) Gestionar a través de MARENA con el INTUR la flexibilidad de los requisitos para el registro de micronegocios sea de acuerdo a la realidad de los prestadores de servicios. c) Promover el registro de información por parte de los prestadores de servicios turísticos en el sistema de información de INTUR.

V.3.7 Mercado Real y Potencial

Es imperativo que el comanejante juegue un papel de liderazgo en la promoción turística del Área Protegida, uno de los primeros pasos es el monitoreo de la visitación turística permanente, llevando un registro de los segmentos de mercados que la visitan, insumos que permiten planificar y/o readecuar -a las exigencias de éstos segmentos- acciones de promoción turística.

El segmento de mercado real y potencial de la Reserva Natural, responde a la tipología de amantes de la naturaleza interesados en el contacto con el medio y los miembros de la comunidad.

Sin embargo, la promoción a esta tipología de turistas responde fundamentalmente de persona a persona, que a una imagen instituida del Área. Es necesario construir la imagen del Área retomando las formas que adopta la cultura local, fácilmente legibles para el visitante. Lo

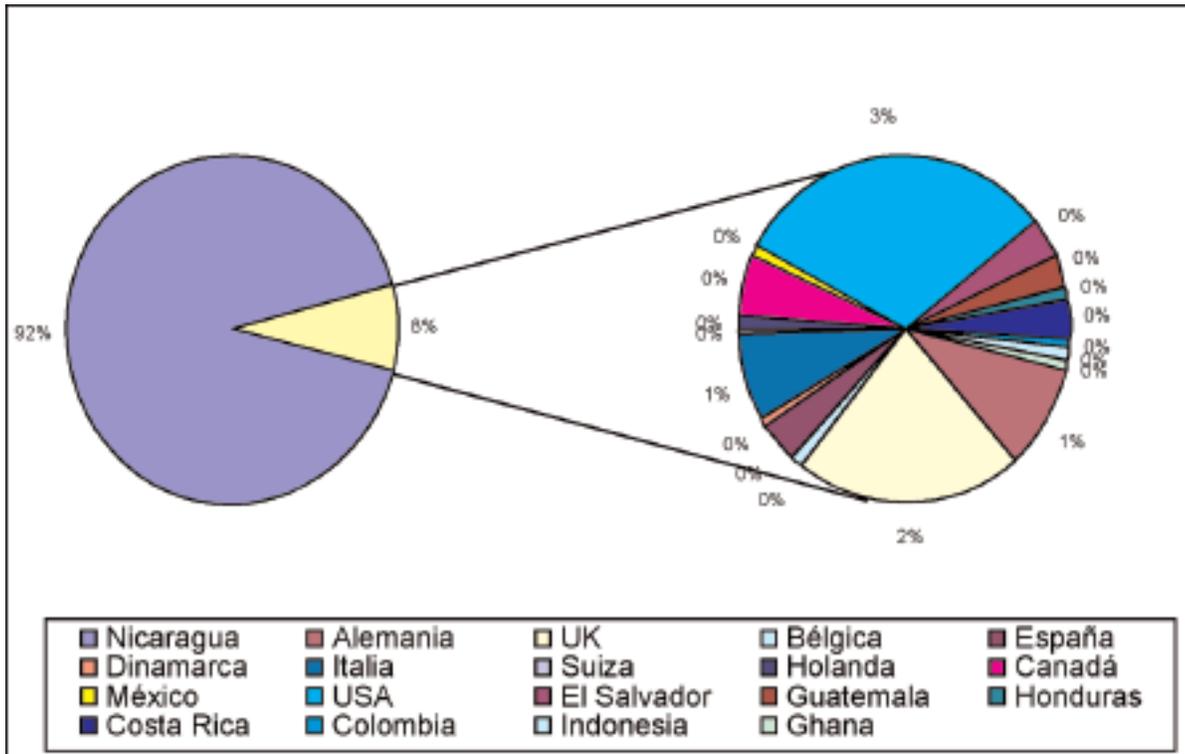
que ve y palpa de ese medio durante el corto tiempo que permanece allí.

El INTUR en su Plan de Mercadeo para 2004 define como producto turístico las Reservas Naturales comprendiendo las siguientes actividades: Bird Watching, Senderismo, Turismo de Investigación, Canopy y Expediciones a la selva para promocionarlo en los mercados de: Inglaterra, España, Francia, Italia, Alemania, EEUU. y Canadá.

Conforme a los registros de la Estación de Guardaparques del Estero Padre Ramos la visitación al Área Protegida desde el 2002, -año que se institucionalizó el comanejo- hasta los primeros meses del año 2004, asciende a la cantidad de 1,312 (un mil trescientos doce personas, de los cuales el 92% responden a turismo interno (Ver Gráfico No. 1). Siguiéndoles a gran distancia el turismo de USA (3%), UK (2%) y Alemania e Italia (1%).



Gráfico 1 - Visitación Turística 2002-2004



Fuente: Libro de Registro de visitantes Estación de Guardaparques 2002-2004. Construcción Propia.

Existe una significativa tendencia de disminución de la visitación al Área a partir del año 2003, las que se atribuyen a la redefinición de conceptos para el registro de visitantes y turistas que orientó el Proyecto COMAP al comanejante.

Cuadro 5 - Visitación Turística 2002-2004 (enero-abril)

AÑO	Nicaragua	Alemania	UK	Bélgica	España	Dinamarca	Italia	Suiza	Holanda	Canadá	México	USA	El Salvador	Guatemala	Honduras	Costa Rica	Colombia	Indonesia	Ghana	Total	
2002	651	4	13	1	3	1	6	1		4	1	21	2	1							709
2003	379		10				2			2		8	2		1	3	1	1	1		410
2004 Ene-Ab	178	6			1				1			4		2		1					193
Gran Total	1208	10	23	1	4	1	8	1	1	6	1	33	4	3	1	4	1	1	1	1312	

Fuente: Libro de Registro de visitantes Estación de Guardaparques 2002-2004. Construcción Propia.





La visitación turística representa ingresos económicos al Área Protegida, sin embargo se carecen de datos que permitan hacer estimaciones sobre el aporte económico de los mismos.

En tal sentido es necesario retomar los conceptos sobre visitación que el INTUR aplica en las estadísticas turísticas a fin de promover una estandarización de datos (Ver Anexo 12 – Defi-

niciones del Boletín de Estadísticas del INTUR)

Igualmente la actividad del Área debe registrarse en el Sistema de Información Nacional de Indicadores Ambientales, el cual contempla indicadores ecoturísticos e ir alimentando con nuevos indicadores el aporte ecoturístico en el Área Protegida.

Tabla 6 - Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente de Segmentos de Mercado

Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 1: Registrada la visitación turística al Área Protegida conforme a los parámetros institucionales de turismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Diseñar la información del libro de registro conforme a la estructura institucional de turismo. b) Llevar registro estadístico de la visitación turística conforme la estructura de INTUR. c) Iniciar la retroalimentación a INTUR de las estadísticas de visitación al Área Protegida.
<p>Resultado Esperado 2: Elaborada y ejecutada Estrategia y Plan de Mercado a corto, mediano y largo plazo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Gestionar los recursos financieros para la formulación de la Estrategia y Plan de Mercado del A.P. b) Operativizar el plan de mercado de la Reserva Natural.



VI. Promoción

El programa de promoción turística comprende los siguientes aspectos:

1. Publicidad
2. Relaciones Públicas
3. Organización y concurrencia a eventos de comercialización

Dada la incipiente familiarización de los términos turísticos por parte del comanejante se es-

tructuró un Glosario (Ver Anexo 13 – Glosario) que recoge las principales denominaciones utilizadas en el presente Plan de Promoción para su apropiación.

En el siguiente Cuadro 6 se presenta coloquialmente las funciones de la promoción turística (Ramírez, 1989) como parte del proceso de aprendizaje del comanejante en la gestión turística.

Funciones	Contexto	Cobertura
Dirección	Al definirse a quién va dirigida	Directa o Indirecta
Realización	Con respecto a quién y cómo se realiza	Pública, privada, institucional y no-institucional
Sobre el objeto	Brinda la información de lo que se promueve	General o específica
De efectos esperados	En espera de los resultados que se logren en el tiempo, la promoción será	Inmediata y mediata

El presente Plan de Promoción Turística se dirige a los segmentos turísticos que visitan el Área Protegida, así como segmentos potenciales afines: ecoturistas nacionales y extranjeros, observadores de aves, aventura suave, canalizada principalmente por tour operadoras y en segunda instancia por el comanejante.

La realización de la promoción en un primer momento recae en las estructuras mixtas: proyectos cuyas contrapartes son instituciones públicas, MARENA y/o Alcaldía, siendo relevados paulatinamente por la iniciativa privada: cooperativa organizada, cámara de turismo, emprendedores turísticos, etc.

El diseño de la promoción es específico, promoverá los paquetes turísticos que oferta el Área Protegida, en un primer momento los paquetes

turísticos actuales y de corto a mediano plazo, - en la medida que se mejore la infraestructura- se incluirán los paquetes turísticos potenciales.

La promoción turística del A.P. debe incorporar el valor agregado intrínseco que poseen al pertenecer jurídicamente al Sistema Nacional de Áreas Protegidas como producto, así como incursionar en los procesos de certificación de sostenibilidad turística (CST) en la búsqueda de su acreditación elevando los niveles de competitividad a la Reserva a través de la Iniciativa Centroamérica Verde (ICV).

Las actividades que se presentan en la siguiente tabla son introductorias a todo el proceso promocional del Área Protegida estableciendo bases sólidas y de largo plazo para la promoción turística de la reserva.





Tabla 7 - Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Promoción

Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 1: Definidos los mercados turísticos nacionales e internacionales donde se dirigirá la publicidad.</p>	<p>a) Seguimiento estadístico de la visitación turística en el Área Protegida para identificar la demanda turística real y potencial.</p> <p>b) Coordinación con las tour operadoras para la venta nacional e internacional de paquetes turísticos.</p> <p>c) Coordinaciones interinstitucionales con INTUR para la incorporación de información ecoturística de las Áreas Protegidas en la página web y centro de información central y departamental.</p>
<p>Resultado Esperado 2: Producido y distribuido material divulgativo impreso y virtual del Área Protegida para su colocación en los diferentes puntos de venta.</p>	<p>a) Producción de material divulgativo diseñado para dos niveles: turista que quieren llegar por si solo al Área y para intermediarios: tour operadoras.</p> <p>b) Actualizar permanentemente la página web de comanejo con información de ofertas y datos de atractivos turísticos monitoreados.</p> <p>c) Garantizar el vínculo de internet entre la página web del Comanejo e INTUR para garantizar otros vínculos internacionales que el INTUR posea.</p>



VI.1 IMAGEN DE MARCA (Y/O IDENTIDAD CORPORATIVA)

La marca identifica al producto y hace la decisión de compra más fácil y placentera. La imagen de marca es el conjunto de percepciones relativas a un producto-servicio y su entorno que se forma a través de:

- Sus cualidades intrínsecas o características que lo definen
- Su utilidad funcional: ¿Para qué sirve?
- Su precio: ¿Cuánto cuesta?
- Los juicios afectivos del cliente: ¿Qué sentimientos genera o despierta por asociación?

La imagen de marca que Nicaragua promociona tiene como Elementos de la Identidad corporativa:



Figura 1 - Imagen de Marca de Nicaragua

- Naturaleza Virgen
- Riqueza Histórica y Cultural
- Calor Humano Nicaragüense
- Seguridad
- Autenticidad



Su mensaje es:
NICARAGUA, UN PAIS CON CORAZON.

La imagen del Área Protegida debe proyectar, además de estos elementos, las características vernáculos de la Reserva Natural.

Para definir la imagen de marca es recomendable incorporar la visión de las tour operadoras y especialistas en publicidad para captar la imagen objeto.

Tabla 8 - Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Imagen de Marca

Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 1: Construidas la imagen de marca y logos que asocien el Área Protegida con los atractivos naturales y culturales vinculados a los servicios brindados.</p>	<p>a) Consensuar la imagen de marca del Área Protegida, como unidad de conservación, parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas y/o productos promovidos. b) Promocionar en los diferentes materiales de publicidad la imagen de marca y logotipo.</p>



Figura 1 - Logotipo RN Estero Padre Ramos

VI.2 LOGOTIPO

El logotipo es la “firma”, una manera personal de escribir el “nombre” y la base para el desarrollo de un programa de identidad corporativa. El logotipo ha de ser claro y personalizado, aplicable y duradero.

El logotipo capta lo representativo del Área

Protegida como es: el estero con la presencia antrópica de pescadores y los recursos naturales autóctonos como son la concha, el cangrejo y al fondo los manglares. Aunque no incluye la imagen de aves que se ubican en algunos reductos del área.

Este logotipo fue diseñado por el equipo de COMAP en consenso con el equipo técnico comanejante acordando su uso y divulgación.

VI.3 PUBLICIDAD

Considerando la audiencia y cobertura, la publicidad se financiará en dos niveles: financiamiento propio, que por las característica incipiente de estos micronegocios representarán el menor porcentaje y, la búsqueda de patrocinio con empresas altamente rentables donde se potencie el valor agregado de patrocinar productos amigables con el ambiente y las Áreas Protegidas.

Los medios de difusión utilizados por la publicidad para la promoción turística son: prensa, periódicos, revistas, folletos, libros, posters, cine, radio, televisión, correo, internet, aparadores,





stands en ferias y exposiciones, ya sean permanentes o eventuales. Estos medios pueden combinarse dependiendo del tipo y la magnitud de la campaña publicitaria.

Medios escritos

Comprende revistas, periódicos, boletines, libros y otros con una edición regular y promueven los atractivos turísticos de Nicaragua. Estos medios

pueden ser nacionales e internacionales.

El comanejante debe establecer contactos permanentes con estos medios directa o asociadamente a través de cámaras, instituciones públicas, etc. a fin de garantizar la colocación de publicidad gratuita. Para lo cual deberá actualizar permanentemente la información de los productos turísticos e insertar novedades del Área.

Cuadro 7 - Medios Escritos

REVISTAS	LIBROS	OTROS	PERIODICOS
Between the Waves (i)	Guía Telefónica (n) Email: publicar-nic@publicar.com	Mapas de colección "Viajando por Nicaragua" elaborados por INTUR (n)	Bolsa de Noticias (n) Email: disenobolsa@cable-net.com.ni
Guía Fácil de Nicaragua (n)	Guía de Nicaragua (Echánove y Rabella) (n) Email: nicaguia@yahoo.com	Revista cinematográfica (n) www.carteleradecines.com.ni	La Prensa (n) Plegable Boletín Informativo del INTUR (mensual) Email: arquimedes.gonzalez@laprensa.com.ni
Volcanes y Lagos. Revista Turística Cultural Nicaragüense. (n) Email: Chávez@yahoo.com		Revista cinematográfica de León. (n) Fonos: 3117080-82 Fax : 3117085 Serviguía de León. Publicación turística comercial de Occidente. (n) Email: serviguialeón@hotmail.com	
Revista Nature Landings. (i) Fax: 506 440 1013			El Nuevo Diario (n) Email: mariabrenesflores@yahoo.com
Revista Naturaleza del MARENA (n) Web: www.marena.gob.ni			Hoy Email: Karla.alonso@hoy.com.ni
Heraldo (l) Email: jfoto_elheraldo@hotmail.com Cel. 8811330			
Hoy (n)			
Revista Heart Island Journal (i) Email: eclarke@earthisland.org			



Medios Electrónicos

Los principales medios de difusión son las web:

- www.visitnicaragua.com
- www.visit-nicaragua.com
- www.apcomanejo.com
- tour operadoras especializadas nacionales e internacionales

El uso de la web también permitirá la venta en línea de los paquetes turísticos del Área Protegida canalizado por el comanejante. Lo ideal es que los prestadores de servicios turísticos

fortalezcan la Asociación Turística de Bares y Restaurantes JIZOPA y sean estos a través de su estructura organizativa la que canalice la visita al Área, alterno al rol de las Tour Operadoras nacionales y/o locales.

Medios de comunicación audiovisuales

Se dirigirán esfuerzos a los medios de comunicación nacionales que ofrezcan espacios de información sobre el desarrollo de las Áreas Protegidas. Asimismo se les invitará a viajes de familiarización para el lanzamiento de los paquetes turísticos.

Cuadro 8 - Medios Audiovisuales

CANAL DE TELEVISION	PROGRAMA
2	Vidas y Confesiones Sra. María Lily Delgado
	Primera Hora
	TV Noticias (tvnoticias@canal2.com.ni)
4	Sra. Daysi Torres
Telenica 8	100% Noticias Miguel Mora (fono: 2685953)
10	Sra. Irene Mercado Email: jorgekatin@ifxnw.comni
12	Buenos Días Email: buenosdias@cablenet.com.ni
Televisión por Cable Estesa	Segmentos Nacionales
	Joshy Castillo





CANAL DE TELEVISION	PROGRAMA
	Recorriendo Nicaragua Sra. Lucrecia Amador (fono: 2701725) Sra. Celia Urbina (fono: 2700488)
	Xantis Suárez Email: xsuarez@cablenet.com.ni
Cable Visión Matagalpa Canal 8	DE Tour Sra. Sandra Ardón Icabalceta (cel. 086-15897)

Medios de comunicación radiales

Debe inventariarse las radioemisoras locales de El Viejo, Chinandega y León para coordinar en sus programas ambientales y/o turísticos promoción del Área Protegida. Dependiendo de la cobertura radial de las emisoras de Managua, se coordinaría con éstas. Radio Nicaragua y Radio Marathona coordinan con INTUR Central.

Tabla 9 - Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Publicidad

Resultado Esperado	Actividades Generales
Resultado Esperado 1: Editada folletería de los productos turísticos del Área Protegida en dos direcciones: turista “mochilero” y para ofertas de tour operadoras.	a) Investigar la información que contendrá la folletería para turista mochilero (particular) y la que será utilizada por tour operadoras (general) b) Diseñar y editar material divulgativo del A.P.
Resultado Esperado 2: Estrechadas las relaciones institucionales del comanente con el INTUR departamental y Central para la promoción del A.P..	a) Coordinar con Relaciones Públicas del INTUR la inserción de información turística en el Boletín Informativo del INTUR que se publica en plegable por el Diario La Prensa. b) Establecer coordinaciones con el INTUR para acceder o crear vínculos a la Web www.americentral.net , que permite servicio de correos personalizados del tipo “newsletter” para dirigirse a listados identificados. c) Coordinar con INTUR la incorporación de la información turística del Área Protegida al futuro servicio CALL CENTER, que consiste en un proyecto que brinde información a la demanda turística real y potencial.



Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 3: Promocionados permanentemente los productos turísticos del AP en los diferentes medios de comunicación escrita, audiovisual, radial e internet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Elaborado y puesto en funcionamiento plan de publicidad. b) Coordinar la publicación de los productos turísticos con los diferentes medios de comunicación c) Promover encuentros con los medios de comunicación para la presentación de nuevos productos turísticos o información sobre beneficios sociales y/o económicos hacia los emprendedores turísticos. d) Coordinar viajes de familiarización con la prensa al AP. e) Elaborar mejores prácticas del ejercicio de promoción turística para su divulgación audiovisual o escrita.
<p>Resultado Esperado 4: Actualizada permanentemente la página Web de manejo de las Áreas Protegidas con información de los atractivos turísticos y promociones de venta de los productos.</p> <p>Resultado Esperado 5: Gestionada la publicidad hacia segmentos especializados de ecoturismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Actualizar el inventario turístico del Área Protegida para facilitar información sobre atractivos, planta e infraestructura turística. b) Incorporar estudios científicos y metodológicos que aporten a la interpretación ambiental del AP. c) Revisar y editar información mensual sobre los productos turísticos. a) Investigar la existencia de tour operadoras internacionales especializadas en el ecoturismo. b) Establecer contacto con revistas nacionales e internacionales especializadas para la promoción turística.

VI.4 PUBLICIDAD EN PUNTOS LOCALES DE VENTA (PLV)

El INTUR tiene proyectado para el próximo año la colocación de un stand en el punto fronterizo de El Guasaule a manera de oficina de información turística donde se ofrecerán brochures, el mapa turístico de Chinandega y otros materiales divulgativos conexos al turismo. Este espacio de venta debe ser potenciado por el comanejante para colocar material divulgativo del Área Protegida. Asimismo el INTUR viene realizando gestiones con los propietarios de estaciones de gasolina ubicadas en las entradas de las principales ciudades para colocar

material divulgativo de turismo.

Las líneas de la Estrategia de Promoción Turística en Seis Áreas Protegidas (Gomezmaqueda, 2002) establece la necesidad de constituir la red de módulos del sistema integrado de información turística, como la primer fase de aplicación del Sistema Integrado de Información Turística (SIIT).

Las propuestas de acción para asegurar este sistema aún no han sido cumplidas por lo que el plan de promoción turística las retoma para lograr la sistematización de la información turística en puntos claves. A saber:





Tabla 10 - Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Publicidad en Puntos de Venta

Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 1: Coordinado con el INTUR la colocación de material divulgativo del Área Protegida en los puntos de venta impulsados por la institución.</p>	<p>a) Realizar coordinaciones de trabajo a la Delegación de INTUR para canalizar la colocación de material divulgativo en el puesto fronterizo de El Guasaule, así como en las estaciones de gasolina cercanas a las principales ciudades del departamento.</p> <p>b) Canalizar a través de la Delegación departamental del INTUR material divulgativo a los hoteles registrados en dicha delegación.</p> <p>c) Coordinar con la Empresa Nacional de Puerto (ENAP) la colocación de material turístico en Potosí, Corinto y Morazán.</p>
<p>Resultado Esperado 2: Organizada y operando la red de módulos de información turística en el municipio conforme a la Estrategia de Promoción Turística</p>	<p>a) Establecer una base de datos de información turística.</p> <p>b) Colocación de módulos de información turística en puntos estratégicos.</p> <p>c) Gestionar financiamiento para la colocación de los módulos de información turística y garantizar el servicio de operación.</p>

En orden de seguridad y permanencia los puntos de ventas propuestos son:

- Centros de Información Turística ubicados principalmente en las oficinas de INTUR y/u oficina de información turística.
- En las ferias internacionales que asiste el INTUR, insertar la promoción turística del Área Protegida en el marco de la promoción de parques nacionales y reservas naturales.
- Vallas, transporte público, transporte aéreo, cabinas telefónicas, parques, bancas, papeleras
- Se proponen además los sitios de mayor visitación en el municipio como son: el Restaurante Tezoatega, la Basílica, la Alcaldía Municipal y coordinar con el MECD (rotulación).
- En el plano nacional ubicar puntos de venta

en: Supermercados La Unión, La Colonia, Palí, metrocentro, plaza Inter, tour operadoras, hoteles, bed and breakfast, zona hipos, agencias de viajes, entre las principales.

VI.5 RELACIONES PÚBLICAS

Es una función ejecutiva asumida directamente por el comanejante y lo emprendedores turísticos, de carácter permanente que permita a través de la información personalizada, oral, visual o escrita la divulgación de los atractivos y servicios turísticos del Área Protegida. Los grupos de interés son: medios de comunicación social, cultural, empresarios locales y nacionales, universidades, instituciones públicas, organismos nacionales e internacionales, entre los principales.



Tabla 11 - Resultados Esperados y Actividades Generales del Sub Componente Relaciones Públicas

Resultado Esperado	Actividades Generales
<p>Resultado Esperado 1: Consolidadas las relaciones públicas de la ONG / emprendedores turísticos con los diferentes sectores económicos, sociales y políticos nacionales que contribuyan al mejoramiento de infraestructura y promoción turística.</p>	<ul style="list-style-type: none">a) Elaborado y puesto en funcionamiento Plan de Relaciones Públicas.b) Organización de viajes y eventos especiales para la familiarización de recorridos, atractivos y servicios turísticos. Estos pueden ofrecerse a tour operadoras, universidades, centro de investigación a fin, prensa, grupos de interés nacional o internacional.c) Organización de conferencias de prensa, recepciones, seminarios, congresos y convenciones, o potenciar las plataformas que a las que son invitados como comanente para la promoción del A.P.d) Establecimiento y/o coordinación con otros agentes turísticos de puestos de información públicos o privados para información y promoción al público en general.e) Distribución de información sobre paquetes turísticos, actualización de información como nuevos senderos, fotografías y ofertas a los medios de comunicación: escrita, visual y radial, así como página web del INTUR y de comanejo.f) Atención a solicitudes de información de turistas potenciales a través de los diferentes medios de comunicación.g) Seguimiento personalizado a los visitantes del Área Protegidas registrados en el libro de visitación ubicado en la Estación de Guardaparques.h) Tomar contacto con la Real Sociedad para la Protección de Aves (británica) quienes realizan desplazamientos frecuentes para observación de este tipo de fauna.





VII. Bibliografía

Altés Machín, C. 2001. Marketing y Turismo. Gestión Turística. Editorial Síntesis. Madrid, España.

Budowski, G. 2001. El ecoturismo en el siglo XXI; su creciente importancia en América Latina. Discurso inaugural presentado en la reunión de expertos sobre Clústers en Ecoturismo: Políticas locales para oportunidades globales. Santiago, Chile.

Boullon, R. 1997. Los municipios turísticos. Editorial Trillas. México D.F., México.

Boullon, R. 1985. Planificación del espacio turístico. Ed. Trillas. México D.F. México.

COMAP. AID/ARD. 2002. Informe final de consultoría: Estrategia de Promoción Turística en Seis Áreas Protegidas bajo modelo de comanejo. Por M. Gomezmaqueda. Managua, Nicaragua.

COMAP. AID. PROARCA. ARD. 2003. Plan de Manejo Reserva Natural Padre Ramos.

Comisión Mixta de Mercadeo - INTUR. 2003. Plan de Mercadeo 2004. Managua, Nicaragua.

Deffis Caso, A. 1998. Ecoturismo. Categoría cinco estrellas. Arquitectura para la infraestructura ecoturística y el turismo sostenible. Arbol-Editorial. México D.F., México.

INTUR. 2002. Diagnóstico de sitios para la identificación de proyectos para los segmentos turísticos: sol y playa, náutico y ciudades coloniales. Por Frías Valdez, A. Managua, Nicaragua.

INTUR. 2004. Estadísticas de Turismo 2003. Managua, Nicaragua.

INTUR. 2001. Lineamientos Estratégicos para el desarrollo del sector turísticos y Plan de Acción 2002-2006. Managua, Nicaragua.

INTUR. 2001. Lineamientos Estratégicos para el Desarrollo del Sector Turístico 2002-2006 y Plan de Acciones. Por Frías Valdez A. Managua, Nicaragua.

MARENA. PANIF-AP. 1999. Reglamento de Áreas Protegidas de Nicaragua. Managua, Nicaragua.

OMT. 1998. Introducción al Turismo Sustentable. Madrid, España.

PROARCA/CAPAS. 1998. Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las Áreas Protegidas de Centroamérica. Por Baez A. y Acuña A. San José, Costa Rica.

Ramírez Blanco, Manuel. 1989. Teoría General de Turismo. Editorial Diana. España.

Red Iberoamericana de Reservas de la Biosfera. 1998. Taller Internacional de Ecoturismo; aciertos y debilidades en casos concretos. San José, Costa Rica.



ANEXO 1

MEMORIA DE REUNIÓN CON EL EQUIPO TÉCNICO DE LA ONG COMANEJANTE SELVA

ÁREA PROTEGIDA:

Reserva Natural “Estero Padre Ramos”

FECHA:

Sábado, 7 de Agosto de 2004.

HORA:

09.00 a 13.00 Horas

LUGAR:

PARQUE ECOLOGICO PET

PARTICIPANTES:

1. Vidal Andino, Director ONG
2. Néstor Isaac Díaz Molina, Guardaparque
3. Martín Ramón Martínez, Guardaparque
4. William Áreas, Director Proyectos ONG
5. Erika Fricke Lupone, Consultora Promoción Turística

AGENDA DE DISCUSIÓN:

1. Estudios realizados sobre ecoturismo en el Área Protegida.
2. Definición de funciones de la ONG en su carácter de comanejante.
3. Nudos críticos en la gestión del comanejo
4. Discusión sobre manejo de recursos turísticos por parte de la ONG
5. Definición de sitios turísticos y posibles actividades

DESARROLLO:

1. Estudios realizados sobre ecoturismo en el Área Protegida

El Director de la ONG SELVA plantea la exis-

tencia de otros estudios técnicos sobre biodiversidad, ecoturismo y promoción que pueden contribuir a los diseños de los productos turísticos del A.P. Para la definición de Rutas Turísticas recomienda el contacto con los miembros del actual Proyecto Universitaria Protegida, quienes a través de estudios realizados tienen preparados algunos productos turísticos.

Asimismo a través de la cooperación que reciben del Sr. Martin Morwfont (inglés) se apoya la formulación del plan de publicidad de la ONG SELVA. En la cual, como parte del fortalecimiento institucional de la consultora a la ONG, se asesora para la inserción de la promoción turística del A.P. al plan de publicidad integral de la ONG.

2. Definición de funciones de la ONG en su carácter de comanejante

Una de las problemáticas señaladas por la ONG son las indefiniciones y/o dualidades con respecto a las responsabilidades en la ejecución de las leyes y reglamentos del manejo de los recursos naturales del Área Protegida.

Teóricamente el convenio de comanejo específica que al ONG comanejante le corresponde la administración del Área Protegida, de acuerdo a lo prescrito en el Reglamento de Áreas Protegidas y Plan de Manejo. En la práctica NO SE ENCUENTRA TAXATIVA Y EXPLICITAMENTE LOS CANALES Y/O MECANISMOS que los inversores y/o comunitarios interesados en explotar recursos en el A.P. deben tomar con relación a la ONG, lo que provoca conflictos al personal guardaparque y técnico de la ONG en el Área Protegida. El rol de estos últimos se limita a la aplicación de medidas correctivas y/o coercitivas en la gestión.



El ejemplo clásico que señalan es la permisología de explotación maderera para consumo doméstico: construcción. Se han presentado situaciones donde los comunitarios han solicitado a los guardaparques autorización para talar determinados árboles de su propiedad para mejoramiento de vivienda. Cuando ellos canalizan dicha solicitud a nivel de INAFOR y/o MARENA municipal, la respuesta, en la mayoría de los casos, es negativa y son los guardaparques la cara pública de esa decisión institucional.

Plantean casos particulares de cesión de propiedades ejidales por parte de la Alcaldía a propietarios privados en la zonificación de Venecia donde el Plan de Manejo la define como “Protección a la Anidación, incubación y migración de tortuguillas que incluye la barra arenosa de la barra”. Estas autorizaciones no son consultadas con la ONG comanejante, que en la práctica conoce in situ la situación de la zona.

SELVA plantea la necesidad de mantener una estrecha coordinación con los entes rectores locales para brindar un servicio integral a los inversores, comunitarios y ciudadano general interesados en intervenir en el Área Protegida. La preocupación del comanejante es que los mecanismos para hacer realidad ésto, responden fundamentalmente a voluntad política.

El compromiso de la consultora en el marco del acompañamiento a la ONG es la de visitar la Alcaldía para solicitar información sobre los requisitos que piden a los inversionistas turísticos en el Área Protegida.

3. Nudos críticos en la gestión del comanejo

Los nudos críticos se han clasificado por niveles de gestión y operatividad del comanejo: dirección ONG; Dirección del Área Protegida y guardaparques y el nivel comunitario/guardaparques.

DIRECCIÓN DE LA ONG:

- Legalización de posesión a los comunitarios de propiedades ubicadas en la Península

de Venecia para la venta a foráneos. Donde se tiene entendido que las mismas son propiedad del Estado, según documento que menciona la ONG.

- Emisión de Permisos de explotación de otras instituciones como ADPESCA, INAFOR, MARENA y otras al margen del plan de manejo aprobado y que no coordinan con la ONG. La ONG es la última en enterarse.
- Convenios suscritos de la ONG con otras instituciones son inoperantes.
- Convenios de cooperación suscritos con donantes, cuyos proyectos no son consensuados, ni planificados con el comanejante, responden a diferentes y a veces encontradas prioridades de conservación por la ONG.
- Descoordinación con los proyectos presentes en el Área Protegida.
- Desconocimientos de elaboración de Estudios de Impacto Ambiental en zonas del A.P. sujetas a actividades económicas.

DIRECCIÓN DEL ÁREA PROTEGIDA Y GUARDAPARQUES:

- Contradicción del enfoque de conservación, dado que los presupuestos aprobados han sido elaborados al margen de la realidad de la ONG y A.P. P.e. presupuesto para protección de las tortugas y no al caso de burro, cuya explotación es altísima.
- Contradicción en las leyes sectoriales que intervienen en el A.P. (generan conflictos con la imagen de los guardaparques) Su imagen es de represión y negatividad.
- La actividad turística tradicional atenta contra la higiene ambiental del AP dado que realizan prácticas devastadoras. Llevan un registro aproximado de visitación de 25 mil personas por período pico.

COMUNIDAD

- El MARENA no autoriza permisos a la comunidad.
- Los guardaparques realizan solamente actividades coercitivas: decomisos, retenciones, etc.



- La comunidad tiene una imagen negativa de los guardaparques, no siente apoyo de parte de la ONG.

Se realizaron las siguientes recomendaciones sobre algunos aspectos. A saber:

- El director de la ONG recomienda el establecimiento de campañas de sensibilización y promoción turística a nivel del municipio y del departamento que recoja la importancia de la higiene ambiental.
- El personal guardaparque sugiere la construcción de casetas de control, una en el empalme para el control y vigilancia de los recursos naturales y otra caseta de control en el arco de entrada para el veraneo donde, cuya función será entre otras el cobro tari-

fario, explicación de las normas de comportamiento que deben asumir los turistas y la presencia policial nacional o turística.

- Sobre la coordinación de SELVA con otros proyectos presentes en el AP, la consultora recomienda atenderlo desde dos niveles. El primero a través de información suministrada por los comunitarios, con la única desventaja que no se establecen coordinaciones previa de acción, y la otra a través de contactos directos con las ONGs a nivel nacional que tengan programas a desarrollar o desarrollando en Padre Ramos. Este procedimiento requiere consultas a la Alcaldía Municipal, revisión del Director de ONG y los mismos comunitarios. Para tal efecto se propuso una matriz que contenga la siguiente información:

Nombre de la ONG	Sector o sub-sector de atención que tendrá en el A.P.	Localización en el AP (nombre comunidad)	Nivel de coordinación con el comandante

4. Discusión sobre manejo de recursos turísticos por parte de la ONG

Uno de los aspectos más sensibles de la ONG es la búsqueda de su propia sostenibilidad. A esta conclusión se llegó después de discutir qué esperaban

de la promoción turística en el Área Protegida. La consultora ilustró, alguna de las principales fuentes de financiamiento, que permita identificar a la ONG estrategias y acciones internas para iniciar, reanudar y/o fortalecer contactos en búsqueda de su propia autosostenibilidad.



Por otra parte se discutió la coherencia de algunas leyes, resoluciones, etc. que inciden en el Área Protegida. Esto desde la visión de la consultora requiere de un estudio profundo de todas las leyes sectoriales que inciden en la dinámica económica y política del municipio y particularmente del Área Protegida y participativo con todos los actores comanejantes y comunidad. Es contrastando los deberes y derechos de cada uno, que se podrá definir los mecanismos de funcionamiento viables, que faciliten una coordinación armoniosa entre las instituciones normadores-ONG-comunidad.

Igualmente se ilustró la existencia de instrumentos legales que garantizan la normación de la gestión ambiental desde el nivel marco en la Constitución Política, Leyes, Reglamentos y Decretos, pasando por el nivel meso a través de las resoluciones ministeriales y el nivel micro en las Ordenanzas Municipales emitidas por el Gobierno Municipal. Concluyendo que el convenio de comanejo se ubica al nivel meso y por lo tanto son las leyes y reglamentos las de mayor peso jurídico.

5. Definición de sitios turísticos y posibles actividades

Retomando la Estrategia de Promoción Turística en Seis Áreas Protegidas, se discuten los sitios identificados para desarrollar la promoción turística a saber: Balneario de Jiquilillo, Centro de Interpretación de Padre Ramos, Puerto Arturo, Cerro La Ballona, Playa de Mechapa, Balneario Los Zorros, Estero de Padre Ramos y la Playa de Venecia.

En la visita de campo verificaremos, confirmaremos o propondremos ajustes a la presente propuesta, así como se realizarán recorridos a los senderos planificados por la ONG comanejante.

Una de las inquietudes principales del comanejante es el manejo tarifario y distribución de ganancias económicas por el servicio brindado.

La consultora propone un ejercicio que defina cuáles serían los servicios brindados por la ONG y cuáles por la comunidad, para medir la distribución hipotética de la ganancia.

Los servicios y/o infraestructura que brinda la ONG serían:

- Capacitación
- Senderos para observación de anidación de tortugas, manglar (acuático)
- Miradores
- Estación del Guardaparque
- Interpretación Ambiental

Los servicios brindados por la comunidad serían:

- Guía Local (interpretación ambiental)
- Venta de artesanías
- Alimentación
- Alojamiento
- Acampar
- Recorridos en lanchas
- Turismo comunitario (prácticas culturales representativas)

Posteriormente se hizo una ponderación de los costos por días por grupo de personas, llegando a la conclusión que el “papel facilitador de guía turístico” de la ONG desgastaría su naturaleza de comanejante por un costo poco representativo. Valorando la viabilidad que el acompañamiento al turismo sea responsabilidad de tour operadoras especializadas y que ellos pueden asumir esta función a pequeña escala con el turismo doméstico o eventual.

ACUERDOS:

- Se planifica para el día domingo 8 de agosto una gira al Área Protegida para verificar in situ los atractivos turísticos sujetos a promoción: sendero acuático, visitar camarónera, visita al Cerro La Ballona. El lunes 9 de agosto se continúa realizando giras a otros sitios turísticos identificados en la Estrategia de Promoción Turística.
- El martes 10 de agosto se realizará una reu-



nión operativa con el director de la ONG, técnicos y guardaparques sobre los resultados preliminares.

- Miércoles 11 y jueves 12 de agosto se realizará reunión de trabajo con los comunitarios con potencialidades a servicios turísticos.
- Viernes 13 entregará borrador de resultados.

ACUERDOS DE REUNION DE LA CONSULTORA PROMOCION TURÍSTICA CON EL EQUIPO TECNICO DE SELVA EN LA CONSTRUCCIÓN DEL PLAN DE PROMOCION TURÍSTICA

FECHA

EL VIEJO, 13 DE AGOSTO 2004.

PARTICIPANTES

1. Sr. Martín Martínez, Guardaparque A.P.
2. Sra. Maritza Carrillo, Resp. Proyecto Ecológico
3. Sr. William Área, Resp. Proyecto
4. Sra. Ruth Saavedra, Consultora SELVA

FACILITADORA

Erika Fricke Lupone

AGENDA

1. Consenso de los objetivos del plan de promoción turística
2. Presentación paquetes turísticos
3. Ponderación del producto turístico para ser promocionado actual y potencialmente
4. Se levantarán necesidades de capacitación y los niveles de participantes.
5. Propuesta de coordinación con tour operadoras y turistas
6. Revisar objetivos del Plan de promoción
7. Sinergias con actores y agentes de desarrollo turístico

8. Establecer los PVL del material divulgativo (red de módulos)

DESARROLLO

1. Consenso de los objetivos del plan de promoción turística

OBJETIVO GENERAL: Los objetivos propuestos para el presente Plan de Promoción Turística son:

OBJETIVO GENERAL:

Posesionar los productos turísticos actuales del Área Protegida en el mercado nacional e internacional a través de la operativización del Plan de Promoción Turística.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Promover una mayor visitación turística a los atractivos turísticos del Área Protegida, estableciendo coordinaciones con las tour operadoras nacionales y locales.
- b. Generar capacidades institucionales para la reproducción de estas acciones a otras áreas y/o segmentos de interés de la ONG comanejante.
- c. Desarrollar progresivamente la promoción de productos turísticos potenciales.
- d. Operativizar y gestionar los mecanismos de coordinación de la ONG con los diferentes actores para la promoción turística.
- e. Detectar las oportunidades de mercado del producto turístico que permita dirigir campañas más específicas.

OBSERVACIONES:

Se ajustará el objetivo específico 1, incluyendo a la ONG.

2. Presentación paquetes turísticos

Se hizo una presentación de los paquetes turísticos diseñados en la visita de campo realizado con el Guardaparque Martín Martínez y las entrevistas con actores claves en la comunidad de Padre Ramos.





Paquete Turístico No.	Recorrido	Prioridad de Ejecución	Modificaciones
1. El Mangle	OK se incluye la entrada con la visitación a la Estación del Guardaparque.	Corto Plazo	
2. Puerto Arturo	Opcional un sendero a la Loma El Venado para ver los ramales del Estero, camarónicas, altamar y la carretera. (Área fotografía) Hay dos especies de orquídeas.	Corto Plazo	Crear condiciones para que la comunitaria venda la fruta, refrescos, agua. La T.O. le pagaría a éstos. En la Isla La Tigra opcional área de baño.
3. Puerto Arturo Esteros Mechapa		Mediano Plazo	Pasar cerca de la Isla la Pelota, para la interpretación volcánica.
4. Península de Venecia	La ONG debe finalizar la infraestructura para definir el circuito.	Mediano Plazo	Producto estrella es el desove de las tortugas.
5. Religioso	Llevar a sitios de venta de Rosquilla (Los Mendozas, Las Castillo, Ulloa). Cajeta de la Sra. Somarriba	Corto Plazo	Opcional que pernocten en hamacas o casa de campaña en el PET
6. Playa	Recorrido por las playas de Jiquilillo, Los Zorros y Padre Ramos y pernoctar en la Estación de Guardaparque y/o proyecto ecoturístico.	Corto Plazo	Acampar en la Estación de Guardaparque.
7. Mechapa	Recorrido por el Puerto El Toro o a caballo para ver los farallones desde la playa de Mechapa. Baño de playa Observación de desove de tortugas marinas (El Toro)	Mediano Plazo	La ONG proyecta la construcción de infraestructura: rancho-estancia para turismo.



OBSERVACIONES:

- Incluir como primer contacto la visita a la Estación de Guardaparque en todos los paquetes.
- Para efectos del control de visitantes por Tour Operadora, se solicitaría a ésta información sobre la nacionalidad y edades de los turistas. En el caso de los paquetes atendidos por la ONG éstos deberán llevar los mismos registros.

3. Ponderación del producto turístico para ser promocionado actual y potencialmente

Se introdujeron criterios de ponderación para ponderar el producto turístico si reunía las cualidades para su promoción. Se asignó un valor del 1 al 10, donde el menor número representa la mínima valoración y el mayor número el más alto valor. Arrojo el siguiente resultado.

Paquete Turístico No.	Acceso	Infraestructura	Calidad del servicio	Total
1. El Mangle	8	5	5	18
2. Puerto Arturo	9	4	5	18
3. Puerto Arturo– Estero Mechapa	7	5	5	17
4. Península de Venecia	9	2	1	12
5. Religioso	8	6	7	21
6. Playa	9	7	5	21
7. Mechapa	7	5	1	13

4. Se levantarán necesidades de capacitación y los niveles de participantes.

Las necesidades de capacitación se agruparon en tres niveles: a) dirección; b) técnico y c) de servicio.

Dirección comanejante:	Dirección Área Protegida y guardaparque	Prestadores de servicios:
<ul style="list-style-type: none"> • Mercadeo, promoción turística • Gestión turística (publicidad, mercadeo) • Operadores de computación • Atención al cliente (calidad del servicio) • Relación ONG comanejante y tour operadora 	<ul style="list-style-type: none"> • Inglés (guías locales) • Operadores de computación • Atención al cliente • Primeros Auxilios • Interpretación Ambiental • Cartografía 	<ul style="list-style-type: none"> • Inglés • Atención al cliente • Preparación de alimentos (artes culinarias) • Presentación de alimentación • Servicio de hotelería • Primeros Auxilios • Interpretación Ambiental • Guías Locales (cartografía) • Administración hotelera





5. Propuesta de coordinación con operadores turísticos y turistas

Definir la venta de paquetes turísticos justos, sondear tarifas de precios a los productos turísticos y valorar los parámetros de ganancia de venta de productos. La consultora hará los contactos con tour operadoras en Managua.

6. Sinergias con actores y agentes de desarrollo turístico

DED (asistencia técnica sobre promoción turística, mercadeo a la ONG)
Alcaldía El Viejo (Comisión del Medio Ambiente)
Prestadores de servicio en la comunidad (Asociación Turística de Bares y Restaurantes (JIZOPA))
INTUR Chinandega
CANTUR Chinandega
Tour Operadoras

7. Establecer los PVL del material divulgativo (red de módulos)

Chinandega:	León:	El Viejo:
Hotel Cosigüina y Hotel Volcanes y Hotel Glosar. INTUR ANTUR Gasolinera StartMark Alcaldía Petronic ESSO BDF PALI EL SELECTO	Escuela de Turismo UNAN León	Restaurantes: El Refugio, La Piscina, Quezoatega, Bar Los Coquitos, PET, Estación de Guardaparques, Hotel Los Zorros Alcaldía Municipal El Payón Basílica Gasolinera Shell, Texaco y Petronic

Participaron:

Sra. Maritza Carrillo
Administradora Proyecto Ecoturístico

Sr. Martín Martínez
Guardaparque del A.P. Estero Padre Ramos

Sr. William Áreas
Director de Proyectos



ANEXOS 2 Y 3

PRESUPUESTO GENERAL PROMOCION TURÍSTICA R.N. ESTERO PADRE RAMOS 12 MESES

RUBRO	MONTO US\$
Gestión	2,400
Promotor Turístico	7,800
Investigación e Interpretacion Ambiental	5,000
Mejoramiento de infraestructura	15,000
Publicidad	10,000
Relaciones Públicas	5,000
Puestos locales de venta	6,000
Capacitación	12,000
TOTAL	63,200



ANEXO 4

INVENTARIO TURÍSTICO INICIAL DE LA RESERVA NATURAL ESTERO PADRE RAMOS

Categoría		Tipo	Características
EQUIPAMIENTO			
1. ALOJAMIENTO	1.1 Hospedajes		<ul style="list-style-type: none"> Ranchos “Tortuga Boluda” de Reyna Hernández en Padre Ramos. Ranchos de SELVA (sin operar) Hotel Los Zorros
	1.3 Pensiones y posadas		
	1.4 Albergues		
	1.5 Camping		
	1.6 Camas en casas de familia		
2. ALIMENTACIÓN	2.1 Restaurantes		
	2.2 Cafetines		<ul style="list-style-type: none"> Rest. Goyito (Padre Ramos)
	2.3 Comedores típicos		<ul style="list-style-type: none"> Hotel Los Zorros
3. ESPARCIMIENTO	3.1 Discotecas		
	3.2 Bares		
	3.3 Otros espectáculos (gallos ..)		
	3.4 Casinos		
4. OTROS SERVICIOS	1.1 Agencias de Viajes		
	1.2 Información		
	1.3 Guías		
	1.4 Comercio		
	1.5 Cambios de moneda		<ul style="list-style-type: none"> Guías Locales (escribir nombres)
	1.6 Centros de convenciones		
	1.7 Transportes turísticos		
	1.8 Alquiler de vehículo		
	1.9 Guarderías		<ul style="list-style-type: none"> Recorridos en los ramales del Estero.
	1.10 Estacionamientos		
INSTALACIONES			
1. DE AGUA Y PLAYA	1.1 Marinas		
	1.2 Muelles		
	1.3 Ranchos de palma (enramadas)		
	1.4 Observación submarina		
2. DE MONTAÑA	2.1 Miradores		
	2.2 Circuitos de senderos		
	2.3 Refugios		
	2.4 Funiculares		
3. ACUÁTICO	3.1 Senderos		<ul style="list-style-type: none"> Sendero El Mangle, se hace un recorrido de 5 kms. Aproximadamente presentando las diferencias del mangle rojo y mangle negro.
	4.1 Vestuario		
4. GENERALES	4.2 Vestuarios		
	3.2 Juegos infantiles		
	3.3 Otros deportes		
	3.4 Pasarelas, puentes		



Nombre	Categoría	Tipo	Características
	1. Sitios Naturales		
		1.1 Montaña	
LOMA EL COBRE			<ul style="list-style-type: none"> • Posee un mirador natural y área para realizar camping.
LOMA PUNTA DE PIEDRA			<ul style="list-style-type: none"> • Concentra bosque del trópico seco asociado con bosque de manglar.
LOMA CHI-CHIHUALTEPE			<ul style="list-style-type: none"> • Mirador hacia el Sur del Estero. En las faldas de la loma en sus riveras pasa el Sendero de El Manglar. Es posadero de garzas.
LOMA EL QUEBRACHO			<ul style="list-style-type: none"> • Ubicada en la Península La Ballona • Bosque latifoliado caducifoliado de colina
LOMA EL VENADO			<ul style="list-style-type: none"> • Ubicada en la Península La Ballona
LOMA SAN CAYETANO			<ul style="list-style-type: none"> • Ubicada en la comunidad Santo Tomás. • Con vista hacia la parte Sur-Este de la Reserva para ver bosque de playa, bosque de manglar, bosque de sabana, camaroneras y visualizar el altamar.
LOMA EL RETIRO			<ul style="list-style-type: none"> • Observación Playones de Puerto Arturo.
LOMA EL TINTAL			<ul style="list-style-type: none"> • Bosque seco • Observación de aves Z. asiatica. Thryothorus pleurostictos y Quiscalus mexicanus.
LOMA COPALCHI			<ul style="list-style-type: none"> • Ubicada en la Isla El Imán, cerca de la Loma El Quebracho.
		1.2 Planicies	
COMUNIDAD POZA DE LA VACA			<ul style="list-style-type: none"> • En sus riberas pueden observarse lagartos (negro ²) y humedales. • Tiene acceso por tierra y por el estero.
COMUNIDAD EL CONGO			<ul style="list-style-type: none"> • En dirección Este se localiza bosque de sabana, mangle, bosque de galería y el río El Congo.
		1.3 Islas	
ISLA LA TIGRA			<ul style="list-style-type: none"> • Dormidero de aves acuáticas: garzas, zanates y pocoyos. Tiene espacio para área de camping y hacer caminatas en los playones. Anidación de la tortuga carey.
ISLA LA VACA			<ul style="list-style-type: none"> • Observación de Aves • Avistamiento de venados • Es una isla privada. Cambio de propietario.
ISLA LA MONA			<ul style="list-style-type: none"> • Adyacente a la Península La Ballona • Área de baño y acampamiento • Avistamiento de aves
ISLITA CHAMPERICO			<ul style="list-style-type: none"> • Sitio de confinamiento del Padre Ramos





Nombre	Categoría	Tipo	Características
		1.4 Costas 1.5 Playas	
PLAYONES EL TINTAL (BAJAMAR)			<ul style="list-style-type: none"> • Avistamiento de aves y vista natural hacia la Bocana de Padre Ramos.
PLAYA LA BOCANA			<ul style="list-style-type: none"> • Área de baño con una superficie de aproximadamente 400 m. de longitud.
PLAYA DE MECHAPA			<ul style="list-style-type: none"> • Playa extensa • Desove de tortugas • Área de baño • Visita a camaronera Los Orozcos, Gracias a Dios y Los Condega.
		1.1 Bahía	
CODO DE AGUA SENDERO EL MANGLE			<ul style="list-style-type: none"> • Acceso para la Loma de Chichualtepe
BAHÍA PUERTO ARTURO			<ul style="list-style-type: none"> • Observación de garzas comunes y chorlitos en bajamar. • En pleamar se puede realizar recorridos acuáticos por senderos naturales. • Mirador con vista a los Playones y Bahía • Avistamiento de aves
PADRE RAMOS			<ul style="list-style-type: none"> • Estero • Playa de Padre Ramos
		1.2 Península	
PENÍNSULA DE SANTO TOMÁS O CHICHIHUALTEPE			<ul style="list-style-type: none"> • Bordeada por el N.O. del Estero La Virgen y al N.E. por el Estero San Cayetano. • Se ubican tres camaroneras.
PENÍNSULA VENEZIA			<ul style="list-style-type: none"> • Observación de mangle, avifauna, tortugas marinas, fauna acuática, tihuacales, punches. • Playa amplia y área de baño por el mar y el estero. • Canales acuáticos naturales
PENÍNSULA LA BALLONA			<ul style="list-style-type: none"> • Se ubica una comunidad • Se ubica la Loma El Quebracho y Loma El venado • Adyacente se ubica la Isla La Mona que brinda condiciones para área de baño, acampamiento y avistar aves.
		1.3 Lagos, lagunas, esteros	
ESTERO LA VIRGEN			<ul style="list-style-type: none"> • En el cogollo del Estero pueden observarse lagartos.
ESTERO SAN CAYETANO			<ul style="list-style-type: none"> • Dormideros de aves
ESTERO DE MECHAPA			<ul style="list-style-type: none"> • Dormidero de aves (observación) • Mayor presencia del lagarto negro.
ESTERO LOS ZORROS			<ul style="list-style-type: none"> • Área de Baño
ESTERO LOS GUÁCIMOS			<ul style="list-style-type: none"> • Presencia del lagarto negro.
ESTERO EL ESPINO			<ul style="list-style-type: none"> • Presencia del lagarto negro.
ESTERO LA VIRGEN			<ul style="list-style-type: none"> • Presencia del lagarto negro.
		1.4 Ríos y arroyos	
RÍO EL CONGO			
		1.5 Caídas de agua 1.6 Grutas y cavernas	



Nombre	Categoría	Tipo	Características
		1.12 Lugares de observación de flora y fauna	
		1.13 Lugares de caza y pesca	
		1.14 Caminos pintorescos	
		1.15 Parques nacionales y reservas de flora y fauna	
	2. Museos y manifestaciones culturales históricas		
		2.1 Museos	
		2.2 Obras de arte y técnica	
		2.3 Lugares históricos	
		2.4 Ruinas y sitios arqueológicos	
	3. Folklore	3.1 Manifestaciones religiosas y creencias populares	
		3.2 Comidas y bebidas típicas	
		3.3 Grupos étnicos	
		3.4 Arquitectura popular y espontánea	
	4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	4.1 Explotaciones mineras	
		4.2 Explotaciones agropecuarias	
		4.3 Explotaciones industriales	
		4.4 Obras de arte y técnica	
		4.4 Centros científicos y técnicos	
	5. Acontecimientos programados	5.1 Artísticos	
		5.2 Deportivos	
		5.3 Ferias y exposiciones	
		5.4 Concursos	
		5.5 Fiestas religiosas y profanas	
		5.6 Carnavales	
		5.7 Otros	





Categoría	Tipos	Sub Tipo	Caracterización		
1. TRANSPORTES	1.1. Terrestre	1.1.1 Red de carreteras	<ul style="list-style-type: none"> Carretera pavimentada de El Viejo hasta el Empalme de Jiquilillo, posteriormente camino de macadan. 		
		1.1.1.2 Servicios automotor			
		1.1.1.3 Servicios para el turista			
		1.1.1.4 Señalización	<ul style="list-style-type: none"> Escasa. Empalme de Jiquilillo. 		
		1.1.1.5 Servicios de transporte	<ul style="list-style-type: none"> Buses interurbanos procedentes de Chinandega y El Viejo. 		
		1.1.1.6 Terminales de buses			
		1.1.2 Red ferroviaria			
		1.1.2.2. Terminales ferroviarias			
		1.1.3 Red de Calles			
		1.2 Aéreo	1.2.1 Servicios aéreos		
			1.2.2 terminales		
		1.3 Acuático	1.3.1 Marítimo	1.3.1.1 Servicio de transporte	
				1.3.1.2 Terminales	
				1.3.2 Fluvial y lacustre	
				1.3.2.1 Servicio de transporte	
1.3.2.2 Terminales					
2. COMUNICACIONES	2.1 Postales				
	2.1 Telegráficas				
	2.2 Télex				
	2.3 Telefónicas				
	2.4 Radiocomunicación				
3. SANIDAD	3.1 Red de agua				
	3.2 Red de desagües	3.2.1 Aguas negras			
		3.2.2 Pluvial			
	3.3 Recolección de basura				
	3.4 Salud	3.4.1 Primeros Auxilios			
3.4.2 Hospitalización					
4. ENERGÍA	4.1 Red eléctrica	4.1.1 Alumbrado público			
		4.1.1 Servicios domiciliarios			
	4.2 Combustible	4.2.1 Gasolina			
		4.2.2 Gas			



ANEXO 5

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE CAPACITACIÓN ÁREAS PROTEGIDAS COMANEJADAS RESERVA NATURAL ESTERO PADRE RAMOS

Las siguientes líneas estratégicas de capacitación comprenden tres niveles de actuación de los actores que intervienen en la promoción turística en el Área Protegida, éstos son:

- Prestadores de servicios turísticos (miembros de la comunidad)
- Personal guardaparque y técnico (miembros de la ONG)
- Directores de la ONG y Área Protegida

LÍNEA ESTRATÉGICA 1

Promover el diseño y validación de Módulos de Capacitación en Áreas Protegidas, utilizando herramientas participativas sobre gestión turística

Actividad 1

Diseñar participativamente, los contenidos de capacitación sobre gestión, administración y técnicas de promoción turística dirigida a los tres niveles de actuación.

Actividad 2

Investigar el mercado laboral del sector turismo: personas empleadas, niveles de conocimiento y necesidades de educación/capacitación, así como la demanda, la oferta de productos existentes en materia de capacitación, tipo y calidad: número de instituciones, programas, niveles, etc.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2

Establecer sinergias con las instituciones rectoras del turismo y ambiente para beneficiarse de capacitaciones especializadas.

Actividad 1

El personal guardaparque y guías locales deben cursar los módulos de guías turísticos impartido por INTUR, gozando de certificados que lo acrediten como profesionales.

Actividad 2

Incorporar otros recursos para capacitaciones intensivas a los actores del nivel de dirección que por las múltiples ocupaciones requieren horarios diferenciados.

Actividad 3

Gestionar a través de INATEC el financiamiento de cursos de inglés y operadores de computación al personal guardaparque y técnicos que coticen para tal efecto.

Actividad 4

Incorporar los módulos de capacitación sobre servicios de alojamiento, alimentación, guiatura y otros del INTUR.

Actividad 5

En el marco de los acuerdos y/o convenios de cooperación de INTUR y las escuelas y universidades con facultades de turismo, así como de la ONG con otras estructuras y/o proyectos establecer programas de capacitación al personal institucional de la ONG, operativo y de servicio del Área Protegida prestadores de servicio turístico.





Actividad 6

Coordinar con la Dirección de Capacitación del INTUR los módulos de capacitación turística en sus diferentes especialidades de servicio. Los aspectos técnicos como gestión para la promoción coordinarlos directamente con la Dirección de Imagen y Publicidad.

LÍNEA ESTRATÉGICA 3

Crear redes de información electrónicas.

Actividad 1

Capacitar en instrumentos tecnológicos como internet, páginas Web, Foros on Line, Páginas virtuales, Banco de Casos exitosos de manejo ecoturístico en Áreas Protegidas y organizaciones ecoturísticas.

LÍNEA ESTRATÉGICA 4

Fortalecer canales de comunicación entre el sector educativo, las instituciones y el sector privado (asociaciones gremiales).

Actividad 1

Establecer institucionalmente contenidos educativos para la educación formal sobre el manejo ecoturístico.

Actividad 2

Sistematizar a través de los medios de comunicación la educación informal sobre el manejo ecoturístico del A.P.

Actividad 3

Desarrollar campañas de divulgación sobre los productos turísticos y las mejores prácticas.

LÍNEA ESTRATÉGICA 5

Conocer experiencias nacionales e internacionales de comanejo y gestión ecoturísticas.

Actividad 1

Realizar intercambios de experiencias de los emprendedores turísticos sobre servicios que brindan y su globalidad.

Actividad 2

Realizar visitas a centros u organismos de promoción ecoturística.



ANEXO 6

BROCHURE DEL SISTEMA DE BONOS DE CAPACITACIÓN

Lado A

CONDICIONES PARA LAS PYME'S

- Alotación de referencias, por parte del empresario, con el objeto de fortalecer de los Bonos del Programa
- Si al la capacitación se pierde el Bono o se le vence en su materia, no se servirá nada por ella.
- No está permitido ni las cuentas de los bonos transferibles, ni el intercambio, tampoco que se convierta la póliza a otro tipo de material la información que en el bono muestra los mismos, por lo que cualquier alteración, el Bono no deberá ser aceptado por ningún trabajador, ni autorizado por INTUR.
- El titular de Bono está obligado a informar al INTUR si durante la vigencia del curso de capacitación el capital social no se otorga al honorario aprobado del curso, o el curso es suspendido o se paraliza alguna.
- El pago se efectúa a esta forma de tributación que afecta la transparencia del sistema, por parte del usuario del Programa a los inspectores.
- La no disposición de la documentación necesaria, por parte del empresario, para el control de supervisión, que permita al INTUR la realización de labores de registro y control, tanto de los participantes, como de la actividad del Programa.

"La Escuela de un trabajador líder no solo es permitiendo a estos empleados, evolucionar y ganar más dinero y seguridad de aprender, las mejores habilidades que las palabras. El conocimiento es la base para el éxito del programa de capital social. Sin una sólida y viable inversión en programas de capacitación para la construcción, el equipo de trabajo se está volviendo".

Jack Kell, Boston University

"La capacitación es una inversión para el crecimiento y el éxito."

Armando

"La educación es el camino."

SISTEMA DE BONOS DE CAPACITACIÓN

Intercapital S.A. de C.V.
Teléfono: 01-800-86-299-209
Urb. Intercapital S.A.
México, México
C.P. 06100
Calle Intercapital S.A.
Calle Intercapital S.A.
Calle Intercapital S.A.
Calle Intercapital S.A.



SISTEMA DE BONOS DE CAPACITACIÓN

"Mejoramiento de la calidad de los servicios de las PYME's Externas"



BIO - INTUR

ANEXO 6 - BROCHURE DEL SISTEMA DE BONOS DE CAPACITACION



Lado B

OBJETIVO GENERAL:

Mejorar la Competitividad del Sector Turístico de Maricao.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Incrementar la productividad
- Mejorar el desarrollo técnico
- Mejorar la calidad de las Servicios de las PYME's Turísticas, mediante un sistema Nacional de Calidad Turística, promoviendo la inversión en la capacitación de empresas y trabajadores del Sector.

BENEFICIARIOS:

PYME's Turísticas

OFERTA DE CAPACITACION:

- Administración de PYME's
- Marketing
- Calidad de Hotel
- Cocina
- Gestión Turística
- Inglés Técnico
- Música

¿Quién otorgará el Bono?

Los Bonos serán de uso exclusivo de los propietarios activos y empleados permanentes, designados por los propietarios de pequeñas y medianas empresas formales e inscritas en el INTUR.

Cada empresa tendrá derecho a un máximo de NUEVE (9) Bonos de Capacitación por año.

Cómo obtener un bono?

En las ventanillas de información de la oficina central de Bono de Capacitación en línea.

Los oficiales de Información mantendrán informados constantemente a las empresas sobre:

- Capacitaciones acreditadas
- Itinerario del capacitador
- Cursos de Capacitación

VIGENCIA DEL BONO:

40 días calendario desde la fecha de entrega.



SUPERVISION:

El Intur, por medio de la entidad de Supervisión realizará inspecciones rutinarias a los cursos de capacitación con el fin de asegurar la calidad de estos.





ANEXO 7

REQUISITOS DEL INTUR PARA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ÁREAS PROTEGIDAS RN ESTERO PADRE RAMOS

1. Carta de solicitud dirigida al Presidente el INTUR.
2. Fotocopia de escritura de constitución de la sociedad (si el propietario es persona jurídica).
3. Número del Registro Unico del Contribuyente (RUC).
4. Información General del propietario o los socios de la empresa (nombre y apellidos, fotocopia de cédula de identidad, dirección, teléfono y nacionalidad). En caso de ser extranjeros residentes presentar copia de cédula de residente o pasaporte.
5. Fotocopia autenticada de la resolución donde fue declarada reserva natural por el MARENA
6. Inversión realizada
7. Perfil de la empresa, donde especifique Atractivos Naturales, Ecoturísticos, Culturales y Servicios que brinda con sus respectivas tarifas.
8. Fotocopia autenticada del nombramiento del gerente y/o representante legal.
9. Inspección previa a la autorización.
10. Reglamento Interno de operaciones de la empresa, el cual deberá ser colocado en lugar visible con papel membretado, y debe contener como mínimo:
 - a) Horario de las actividades y servicios;
 - b) Condiciones bajo las cuales se pueden o no realizar las actividades;
 - c) Condiciones físicas mínimas que debe tener el usuario;
 - d) Riesgos que pueden presentarse durante la realización de las actividades;
 - e) Comportamiento que deben guardar los usuarios durante su estadía y durante la realización de actividades;
 - f) Medidas de seguridad que deben cumplir los turistas mientras se prestan los servicios y
 - g) Actividades o acciones que debe realizar el turista para disminuir el impacto ambiental en donde se desarrollarán las actividades.
11. Contar con guías turísticos autorizados por el INTUR
12. Manuales de seguridad y atención de emergencia para las actividades.
13. Personal con certificado de primeros auxilios y resucitación cardiopulmonar.
14. Charla de orientación sobre la realización de este tipo de actividad, que deberá incluir además de las especificaciones del reglamento interno de operación, información sobre el ecosistema y la biodiversidad del área.

ASPECTOS TÉCNICOS

Reglamento Interno de Operaciones de la Empresa, el cual deberá ser colocado en lugar visible con papel membretado, y debe contener como mínimo:

- Horario de las actividades y servicios.
- Condiciones bajo las cuales se pueden o no realizar las actividades.
- Condiciones físicas mínimas que debe tener el usuario.
- Comportamiento que deben guardar los usuarios durante su estadía y durante la realización de actividades.
- Medidas de seguridad que deben cumplir los turistas mientras se prestan los servicios.
- Actividades o acciones que debe realizar el turista para disminuir el impacto ambiental en donde se desarrollan las actividades.
- Monto individual de cobertura correspondiente a la póliza de responsabilidad civil suscrita.
- Contar con Guías Turísticas Autorizados por el INTUR.





- Manuales de Seguridad y Atención de emergencia para las actividades.
 - Bitácora mensual de mantenimiento del equipo utilizado y de la infraestructura.
 - Personal con certificado de primeros auxilios y resucitación cardiopulmonar.
- Charla de orientación sobre la realización de este tipo de actividad, que deberá incluir además de las especificaciones del reglamento interno de operación, información sobre el ecosistema y la biodiversidad del área.



ANEXO 8

TOUR OPERADORAS PARTICIPANTES EN ENCUENTROS PROMOVIDOS POR EL INTUR Y COMAP PARA LA PROMOCIÓN DE LAS ÁREAS PROTEGIDAS Y OTRAS AFINES

No.	Nombre de la Tour Operadora	Nombre del representante	Teléfonos	E-mail
1.	Nicarao Lake	Sandra Zamora	2661694- 2661018	nlr@nicaraolake.com.ni
2.	Detours	Laurent Richardier	083 70 559	
3.	Solentiname Tours	Inmanuelle Zerger	2652716	zerger@ibw.com.ni
4.	Gutiérrez Tours (Musún)	Alfredo Gutiérrez	278 47 64	
5.	Careli Tours	Juan Carlos Mendoza	278 69 19 2786919	info@carelitours.com
6.	Amigos Tours	Bernal Arrieta	0552 40 80 0852 22 22	
7.	Va Pues Tours	Jan Jorg Strick	0611 87 84 277 36 34	
8.	Servitur	Pierre	276 11 25	
9.	Servitours	Leonor Balmaceda	265 08 07	
10.	ICN Tours	Grace Marrch Guerra	2786671	icntours@nicarao.org.ni
11.	Gray Line	Lucy Valenti	2666134	lvalenti@grayline.com





ANEXO 9

RESUMEN PROYECTO UNIVERSITARIAS PROTEGIDAS RESERVA NATURAL ESTERO PADRE RAMOS

RESUMEN DEL PROYECTO

El Programa de becas UniversitArea Protegida ha sido formado para contribuir con las necesidades de egresados universitarios, apoyándolos en el proceso de preparación de sus tesis, para concluir sus carreras y convertirlos en facilitadores de información científica para las áreas protegidas y motivadores en el proceso de desarrollo de las comunidades rurales. El programa persigue crear capacidades de trabajo en el campo, en el transcurso de su estadía en las áreas protegidas y aumentar sus experiencias profesionales.

La funcionalidad del proyecto esta basado en la coordinación de actividades con universitarios nicaragüenses, ONGs encargadas de l manejo de áreas protegidas –priorizando aquellas que están bajo el proyecto COMAP (Co-manejo de Áreas Protegidas) – y otras instituciones nacionales e internacionales que están involucradas en el manejo de recursos naturales, a través de la generación de investigaciones científicas en las áreas, brindando apoyo al os equipos técnicos y contribuyendo en los procesos de desarrollo de las comunidades rurales.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

- Fortalecer las investigaciones científicas en áreas protegidas nicaragüenses, y crear planes de acción, producto de los investigaciones realizadas, que ayudarán a las ONG's encargadas del manejo de las áreas, aportando bases de información para la conservación de los recursos naturales.
- Brindar oportunidades a universitarios Nicaraguenses de involucrarse en el manejo de las áreas protegidas, trabajando con los equipos técnicos de las ONGs y viviendo en comunidades rurales, fortaleciendo de esta

forma sus experiencias y dando futuras oportunidades en las ramas del manejo de los recursos naturales, desarrollo rural, ciencias, turismo sostenible, entre otras. Los universitarios también serán beneficiados con capacitaciones en el transcurso del programa, el apoyo del personal de UniversitArea Protegida y de las instituciones involucradas.

- Apoyar las actividades de los equipos técnicos de las seis áreas, incluyendo programas de educación ambiental, el manejo de los recursos naturales, proyectos de agricultura orgánica, desarrollo de ecoturismo, entre otras.
- Desarrollar y promover ecoturismo en las seis áreas Protegida, que brindarán alternativas económicas para minimizar la destrucción de los recursos naturales, y ayudar a sostener el manejo de las áreas.

LA HISTORIA DE LAS ÁREAS PROTEGIDAS BAJO EL PROYECTO COMAP

Nicaragua tiene una historia turbulenta, ha sido afectada por desastres naturales fuertes, generaciones de opresión política, y años de extrema pobreza. Como muchos otros países del tercer mundo, el país se encuentra en un punto importante de su historia. Nicaragua es rico en recursos naturales pero esta perdiendo la lucha de protegerlos por la presión económica, puesto que son la fuente inmediata de insumos, para las comunidades rurales como medio de subsistencia y fuente de riqueza para grandes explotadores.

Existen 76 áreas protegidas que corresponden al 18% del territorio, pero pocas de ellas cuentan con la presencia de un equipo técnico encargado del manejo. Que deja en exposición, aun mas de los recursos biológicos.



En el 2000, MARENA, con financiamiento de la USAID, inicio un proyecto de cuatro años conocido como COMAP, POR SUS SIGLAS (co-manejo de áreas protegidas). El objetivo central del proyecto COMAP, es crear infraestructura., para las áreas y sistemas de manejo, a través de las ONGs locales y en coordinación con las comunidades dentro de las áreas, gobiernos locales, instituciones del gobierno central, empresas privadas, otras ONGs nacionales e internacionales, centros de investigaciones, entre otros.

Seis áreas protegidas Nicaragüenses, fueron escogidas para formar parte del proyecto, entre las que se encuentran, Estero Padre Ramos, y Volcán Cosigüina en el departamento de Chinandega, Isla Juan Venado en el departamento de León, Chocoyero-El Brujo en el departamento de Managua, Cerro Musún en el departamento de Matagalpa, y Tisey Estanzuela en el departamento de Estelí. Estas áreas, con el apoyo de COMAP-USAID y MARENA han estado recibiendo capacitaciones y seguimiento en los últimos años, para que el manejo sea sostenible en el transcurso del tiempo.

Educación ambiental, el programa de micro préstamos, investigaciones científicas y promoción del ecoturismo son cuatro de las actividades más importantes para llevar a cabo el manejo de las áreas protegidas del COMAP, ejecutando la teoría que la única manera de preservar y conservar los recursos naturales de estas zonas es hacerlo por la gente y con la gente que los usan para su sobrevivencia.

Las ONG's encargadas del manejo ya han logrado mucho en estos aspectos, pero el proceso de formar un manejo sostenible en conjunto con todos los actores de las áreas es lento y complicado que necesitará mucho atención en los años que vienen.

El proyecto UniversitÁrea Protegida es una manera de continuar apoyando estas áreas, con los objetivos del co-manejo a través de uno de los recursos humanos más ricos de Nicaragua, sus propios estudiantes universitarios

LA IMPORTANCIA DEL PROYECTO

Una de las bases para el éxito y validez de un área protegida o reserva natural son las investigaciones científicas que se hagan adentro de su territorio. Los manejadores de las áreas y las comunidades que viven dentro de ellas, deben de saber porque su área es diferente de otras. ¿Qué ecosistemas prosperan?, ¿Qué especies raras de flora y fauna existen?, ¿Qué es lo que hace especial esta área y por qué debe protegerla? Estos son algunas interrogantes que han sido cuestionadas y estudiadas hasta cierto punto en las seis áreas del camanejo. Sin embargo, para ser mas reconocidas se necesitan mas investigaciones científicas que sustenten su valor biológico.

UniversitÁrea Protegida pretende contestar muchas de estas preguntas, mientras brinda apoyo importante en el manejo de las áreas protegidas de COMAP. Este apoyo será a través de las investigaciones y el trabajo de universitarios nicaragüenses que hayan terminado sus cursos en temas de biología, ecología, agronomía, sociología, promoción turística, etcétera, y necesitan concluir su carrera con un trabajo de tesis o un proyecto de desarrollo.

LAS ETAPAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Fortalecer las investigaciones científicas entre seis áreas protegidas Nicaragüenses
- Coordinación con MARENA y Las seis ONGs bajo el proyecto COMAP- El primer paso en el desarrollo del proyecto fue la coordinación con MARENA y las ONG's que están manejando las áreas protegidas. Nos hemos reunido con los encargados de áreas protegidas de MARENA y los directores de las seis áreas protegidas bajo el proyecto COMAP para formar convenios, definir el trabajo, y temas de investigaciones de los universitarios. Los directores de las áreas han escritos cartas a la dirección de UniversitÁrea Protegida expresando su interés en el programa. Hemos firmado con-



venios con las ONGs comanejantes de las áreas protegidas, como son:

LIDER (Volcán Cosigüina)

SELVA (Estero Padre Ramos)

FIDER (Tisey Estanzuela)

MARENA-León (Isla Juan Venado)

Los temas de investigación en los que se trabaja actualmente son los siguientes:

Estero Padre Ramos- Estado del bosque de mangle en el área protegida Volcán Cosigüina- Inventario de La Lapa Roja y su hábitat en el área protegida Tisey-Estanzuela- Inventario de orquídeas en el área protegida La Isla Juan Venado- Inventario de las aves en la zona de Salinas Grandes.

- Brindar oportunidades a universitarios Nicaragüenses
 - I Coordinación con las universidades- Con el apoyo y los acuerdos de las ONG's, hemos coordinando con los directores y profesores de UNAN-León para definir el papel de los estudiantes en el proyecto, firmamos un convenio con el rector de la universidad; el vicerrector encargado de investigaciones esta funcionando como contraparte en el proceso de selección de alumnos y tutores y la ejecución del programa.
 - II Aplicación y selección de los participantes del programa- Hemos formado un comisión para seleccionar los universitarios que estarán participando en el programa, que incluye el vicerrector de UNAN León, el equipo técnico de UniversitArea Protegida, y representantes de la facultad de UNAN León. Ya hemos seleccionado grupos de estudiantes para Estero Padre Ramos, Volcan Cosiguina, Tisey Estanzuela, y La Isla Juan Venado.
 - III (Marzo, 2004) Entrenamiento de los participantes- El entrenamiento de los universitarios duro un mes y consistió en dos semanas de orientación y capacitaciones con todos los estudiantes juntos, y dos se-

manas en las que visitaron cada una de las área, para planificar individualmente con cada uno de los participantes en coordinación con las ONG's, los profesores y los tutores de los universitarios. Los temas incluyeron la filosofía de UAP, la funcionalidad del comanejo, el estado de las seis áreas protegidas, las maneras en que apoyarán el manejo de las áreas (educación ambiental, agricultura orgánica, entre otros), y los potenciales ecoturísticos de las mismas.

- Apoyar las actividades de los equipos técnicos de las seis áreas
 - I (Abril- Diciembre, 2004) Temporada de las investigaciones y trabajo en las áreas, los universitarios pasarán 9 meses en las Áreas Protegidas haciendo sus investigaciones y apoyando los equipos técnicos y las comunidades rurales. Dos estudiantes de biología, están ubicados en cada área y de dos a tres estudiantes de turismo estarían cumpliendo sus proyectos de desarrollo u horas prácticas compartiendo su tiempo en las áreas y en la oficina del proyecto en León. El organismo UniversitÁrea Protegida funcionará como un intermedio entre los universitarios y las ONGs, brindando apoyo en sus investigaciones y facilitando sus necesidades.
 - II (Enero-Febrero, 2005) Cumplimiento de las tesis y presentación de los resultados, después de su tiempo en las áreas protegidas será necesario que el proyecto continúe ofreciendo su apoyo financiero y técnico a los universitarios, mientras terminan de escribir y presentar de manera profesional los resultados de sus investigaciones. Así cada uno de las áreas protegidas tendrá dos nuevos estudios científicos completos y bien presentados, más los proyectos que hagan los estudiantes de turismo para divulgar los atractivos ecoturísticos de cada área protegida. Este proyecto aportará las áreas protegidas de COMAP un paso hacia la sostenibilidad



de su manejo. El proyecto UniversitÁrea Protegida dará seguimiento en la elaboración y presentación final de las tesis o proyectos de los universitarios.

- Desarrollar y promover ecoturismo en las seis áreas Protegida

I El centro de recursos e información de las áreas protegidas en León, Nicaragua- Parte del proyecto será una oficina en León donde estarán trabajando los universitarios de turismo en desarrollo y promoción turístico de las áreas. Servirán como una fuente de información de las áreas para los turistas que visitan León y quieren ampliar sus experiencias en Nicaragua.

Este año, estamos trabajando con 8 estudiantes de turismo, asignados en tres áreas Protegidas:

Estero Padre Ramos: Propuesta de Plan de desarrollo turístico, en el área protegida.

Volcán Cosigüina: Diseño de producto turístico en el área protegida.

Isla Juan Venado: Propuesta para el programa de educación ambiental y turístico.

Proyecto Piloto- Las Aves y su papel en el ecoturismo y la educación ambiental, en la Reserva Natural Estero Padre Ramos.

Como un proyecto piloto, apoyamos una universitaria en su tesis de aves, en el área protegida Estero Padre Ramos. Ofelia Arteaga Garrido, egresada en la carrera de Ecología y desarrollo de la Universidad Centroamericana (UCA), ha colectado datos de su tesis, y apoyado el programa de educación ambiental con el equipo técnico de SELVA. Ella funciona como coordinadora del programa en el año 2004.

En el futuro, el programa de becas, pretende involucrar otras universidades de Nicaragua, así como estudios y carreras ligadas a la lucha socioambiental.

UniversitÁrea Protegida- Un Proyecto del Earth Island Institute (El instituto de la Isla Mundo)

El proyecto es apoyado por el organismo de los Estados Unidos, Earth Island Institute. El Director del programa, Olin Cohan, pasará unos meses cada año en California organizando las actividades con la administración y gestionando fondos para mantener el programa. Las actividades del programa estarán mantenidas por sus compañeros, Ofelia Arteaga (coordinadora de actividades de los universitarios) y Aram Terry (gerente administrativo). Nosotros deseamos coordinar nuestras actividades con otros organismos e instituciones que ya están trabajando en la conservación de los recursos naturales y educación en Nicaragua, o tienen la esperanza de meterse en esta lucha.

Preguntas o comentarios acerca del proyecto, nos contactan, en las siguientes direcciones:

Apartado postal 296, León, Nicaragua
www.earthisland.org/uap
email: uap@earthisland.org

OLIN COHAN
okcohan@yahoo.com, (505) 6056851

OFELIA ARTEAGA
ofeliarte@yahoo.com, 8809011

ARAM TERRY
aramterry@yahoo.com, 8529761





ANEXO 10

CRITERIOS Y VARIABLES DE PONDERACIÓN PARA LA SELECCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Se consideran tres criterios fundamentales para la selección de productos turísticos: el acceso, la infraestructura y la calidad del servicio. Cada uno de ellos debe estar acompañado de variables que definan las características de la ponderación.

El valor asignado es aritmético comprendido del 1 al 10, representando 1 la mínima calificación y 10 la máxima. Sobre estos valores se establece la elegibilidad de los productos turísticos en actuales y potenciales.

A saber:

ACCESO

Son las facilidades complementarias para llegar al Área

- Señalización que oriente el acceso al AP en los principales puntos de intersección de carreteras: empalmes, paso de ciudades.
- Rotulación a lo interno del A.P.

- Facilidad de transporte público para llegar al AP

INFRAESTRUCTURA

Lo que se ubica físicamente en el Área

- Carreteras, caminos, aeropuertos, frontera, etc
- Teléfono, agua, electricidad, centro de salud
- alojamientos, bares, restaurantes

CALIDAD DEL SERVICIO

Consiste en cada servicio brindado el nivel de conocimiento y experiencia.

- alojamiento
- guías de turismo
- tour operadoras
- restaurantes
- comiderías
- pangueros
- alquiler de caballos



ANEXO 11

MATRIZ DE NECESIDADES DE MEJORAMIENTO DE INFRAESTRUCTURA DEL AP ESTERO PADRE RAMOS

Atractivo	Valor escénico o uso turístico	Mejoramiento de infraestructura	Degradación del sitio	Observaciones
Playa de la Bocana	Área de baño	Ubicación de muelle de concreto, construcción de sombrillas típicas	Ninguna	Parten para realizar recorrido acuático por el estero.
Loma El Cobre	Mirador natural y camping	Construcción del Mirador propiedad Sr. Rufino Andino (consultar)	Producen incendios forestales	Se ubica en la comunidad El Tintal
Playones El Tintal (bajamar)	Avistamiento de aves y vista natural hacia la Bocana de Padre Ramos.	No necesita	No procede	Se llega por el estero y por tierra. La observación se hace desde la panga.
Isla La Tigra	Observación de aves acuáticas: garzas, zanates y pocoyos (dormidero de aves). Área de camping en bajamar. Caminata en playones. Anidación tortuga carey	Construcción de Rancho-estancia		Adyacente a los playones de El Tintal.
Loma Punta de Piedra	Recorrido en el Bosque de trópico seco con bosque de Manglar. Se puede visitar la camarone-ra de Lorgio Quintanilla para conocer el proceso de producción del camarón.	Muelle en el Puerto de Punta de Piedra para acceder al Sendero. Delimitación del Sendero. Construcción del rancho-estancia con bancas.	Erosión hídrica	Ubicado en la Península de Santo Tomas o Chichihualtepe. En esta península hay 3 camarone-ras. Se ubica cerca del circuito turístico El Mangle.





Atractivo	Valor escénico o uso turístico	Mejoramiento de infraestructura	Degradación del sitio	Observaciones
Península Santo Tomas o Chichihualtepe				Toda la península tiene camaroneras, bordeadas por el N.O. del Estero La Virgen y al N.E. Estero San Cayetano.
Sendero El Mangle	Se presente la diferencia de mangle rojo y mangle negro, ubicación de la concha, fauna, interpretación sistema radicular del mangle, dinámica de las mareas	Mantenimiento de los canales naturales del Estrecho del Tiburón.	No procede	Se piensa hacer un puente aéreo sobre el Manglar. El recorrido es de 5 kms.
Codo de agua sendero El Mangle	Observación de aves escuchar el canto de aves por la mañana.	Construcción de un muelle para acceso a la Loma de Chichihualtepe		Localizado en la Península Santo Tomas o Chichihualtepe. Se recomienda acercarse con remos. Comprar lamina con las aves de Nicaragua para ilustración de los turistas.
Loma de Chichihualtepe	Mirador hacia el Sur del Estero. En las faldas de la loma cerca del Manglar es posadero de garzas (cerca del Manglar).	Construcción de un rancho-mirador	Loma erosionada	Reforestar loma
Isla La Vaca	Observación de aves y Avistamiento de venados	Construcción de Muelle y sendero	No procede	7 mzs. De tierra Cambio de dueño.



Atractivo	Valor escénico o uso turístico	Mejoramiento de infraestructura	Degradación del sitio	Observaciones
Bahía del Estero de Padre Ramos	Muelle natural de los pescadores	Construcción de muelle de concreto	Mal manejo de desechos sólidos	En bajamar se observa fango.
Cogollo del Estero de la Virgen	Observación de lagartos			Delimitar la zona de protección de la especie y rotularlo.
Comunidad Poza de la Vaca	Observación de lagartos y humedales			Acceso por tierra y agua.
Península Venecia	Observación de mangle, avifauna, tortugas y fauna acuática, tihuacales, punches y ajalines. Cabalgata por la playa.	Construcción de muelle, rancho hospedaje y senderos	Deforestación	Se desarrollo un proyecto ecoturístico con fondos para la construcción de infraestructura y capacitación a los comunitarios involucrados en el servicio turístico.
Bahía Puerto Arturo	Observación de garzas comunes y chorlitos en bajamar.	No procede	No procede	En pleamar se puede realizar recorridos acuáticos por senderos naturales.
Mirador Puerto Arturo	Vista de Playones y Bahía Puerto Arturo, avistamiento de aves.	Construcción de Muelle El Jaime.	Deforestado	El paquete turístico proyecta transportar por tierra hacia Cosigüina.
Península La Ballona (comunidad) Loma El Quebracho	Mirador El Quebracho (Loma El Quebracho) Mirador El Venado.	Muelle de acceso	Deforestación y quemas.	Cuenta un rancho estancia de doña Juana Esther Martínez





Atractivo	Valor escénico o uso turístico	Mejoramiento de infraestructura	Degradación del sitio	Observaciones
Ballona Isla La Mona	Área de baño y acampar, avistar aves	Mantenimiento de los ranchos-estancia y sendero de acceso	Deforestado y presencia de desechos sólidos	Suelos de piedra volcánica.
Estero Mechapa	Observación de Aves (dormidero)	No procede	Deforestación vegetación mangle ubicada en las riveras del estero	Se puede observar el lagarto negro.
Isla Champerico	Confinamiento del Padre Ramos (cultural)	No procede	Degradado por efectos de agua y viento.	Historia del nombre que recibe el Estero
San Cayetano	Mirador del Estero	Construcción Rancho-Mirador en la cima. Remodelación de la casa-hacienda	Deforestada	Se ubica en la finca de San Cayetano, potencial para desarrollo agroturístico.
Hacienda Puerto Arturo	Histórica, primeras haciendas construidas en el área.	Restauración de la casa hacienda	Área ganadera	Se acondicionar para hostel.
Loma Santón (Mazantón)	Bosque tropical seco conservado	Construcción de área de camping	No procede	Es propiedad del Sr. Mariano Luna



ANEXO 12

DEFINICIONES DEL BOLETÍN DE ESTADÍSTICAS INTUR RESERVA NATURAL ESTERO PADRE RAMOS

Retomadas de los términos adoptados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR).

VISITANTE

Se considera visitante a toda persona que visita un país diferente de aquel en el cual tiene de ordinario su residencia, con fines distintos al de ejercer una ocupación remunerada en el país que visita.

Esta definición comprende:

TURISTA

Visitantes residentes en el extranjero que temporalmente permanecen en el país un mínimo de 24 horas. Las finalidades de sus viajes pueden ser: placer, distracción, vacaciones, salud, instrucción, religión, deporte, familia, negocios, oficiales, misiones y reuniones.

EXCURSIONISTA

Visitantes residentes en el extranjero, que visitan al país por menos de 24 horas.

TURISMO RECEPTIVO

El cual se define como la recepción en nuestro país de visitantes residentes en el extranjero que nos visitan de forma temporal. Es el tipo de turismo que se le da más énfasis por ser el que le

corresponde promover al INTUR.

TURISMO EMISIVO

Es la visita que los nacionales o extranjeros residentes en Nicaragua realizan en otro país y en el cual permanecen como mínimo 24 horas.

TURISMO INTERNO

Es el que practican los nacionales y extranjeros residentes en el país dentro de las fronteras de éste. El INTUR lo mide por la cantidad de nacionales que demandan servicio de hospedaje en la planta hotelera turística del país y por la cantidad de visitantes a los Centros turísticos.

OFERTA TURÍSTICA NACIONAL DE ALOJAMIENTO

Esta compuesta por todos aquellos establecimientos de la oferta nacional de alojamiento que reúne las condiciones mínimas para hospedarse de conformidad a cánones internacionales determinados.

INGRESOS POR TURISMO

El componente ingresos generados por turismo incluye pago de hospedaje, gastos en comida y bebidas, alquiler de autos, compra de souvenir, etc.

Fuente: Boletín de Estadísticas de INTUR. 2003.





ANEXO 13

GLOSARIO

Palabra	Definición
Alojamiento	<p>1. Tipo Hotelero: Son aquellos tradicionalmente utilizados por los viajeros para su hospedaje. 1.1 Explotación artesanal y familiar: Pensiones, hostales, hosterías y posadas. Generalmente son establecimientos pequeños. Nuevas modalidades: fincas, estancias, casas, etc. 1.2 Explotación Industrial: hoteles medianos y grandes. Nuevas modalidades: suites, aparta-suites, resorts, hoteles boutique, etc. 2. Tipo Residencial: Son aquellos orientados esencialmente hacia el grupo familiar. Villas, bungalows, chalets, condominios. 3. Tipo complementarios: Alojamientos de características diferentes que pueden ser muy dispares unos de otros Albergues de juventud, camping, " trailers parks ", centros vacacionales colectivos, entre otros.</p> <p>Fuente: Miguel Angel Acerenza. Administración del Turismo. Editorial Diana, México, 1984.</p>
Agroturismo	<p>1. Estrategia que posibilita el desarrollo turístico sostenido de pequeñas localidades con la participación activa de sus habitantes, que ofrecen al visitante, tanto los servicios de alojamiento y alimentación en sus viviendas, como la participación activa en la vida del campo. (DUMOULIN.74) 2. Colombia " Tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas". (LEY 300.96) 3. " Conjunto de relaciones humanas resultantes de la visita de turistas a comunidades campesinas y su ambiente para el aprovechamiento y disfrute de sus valores naturales, culturales y socioproductivos ".(H.LORCA.2003)</p>
Bienes Culturales intangibles	<p>"Aquellos, que no tienen sustentación material sino que corresponden a las manifestaciones que sólo la tradición mantiene vivas, como las costumbres, los rituales, el folklore, las danzas etc." (COLCULTURA.78)</p>
Bienes Culturales Tangibles	<p>"Aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales, como la arquitectura, la cerámica, la orfebrería, etc.". (COLCULTURA.78)</p>
Bird Watching	<p>Término inglés. Actividad turística que consiste en la observación de pájaros.</p>



Palabra	Definición
Calidad de Vida	Es el nivel de bienestar medio de la población, entendido como la capacidad de cada individuo de satisfacer sus necesidades físicas e intelectuales. (Gestión del Desarrollo Sostenible. Guillen García)
Capacidad de Carga ³	Para efectos de este concepto se entenderá por Capacidad de manejo de visitantes todas aquellas técnicas y/o metodologías que permitan a los administradores del área tomar decisiones respecto a la cantidad de visitantes que se permitirá dentro del área y en cada uno de los sitios de uso público, a lo largo del año, así como sobre otras políticas de manejo que buscan regular y normalizar la visita dentro del área. La capacidad de carga turística se refiere al nivel máximo de uso de visitantes e infraestructura correspondiente que un área puede soportar, sin que se provoquen efectos negativos severos sobre los recursos, y sin que disminuya la calidad de la satisfacción del visitante o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de un área. Es un hecho reconocido que no existen valores fijos o estándar de capacidad de carga turística. Por tanto, la capacidad de carga varía de un sitio a otro, así como en relación con las estaciones y a lo largo del tiempo, dependiendo de factores tales como comportamiento del usuario, diseño de las instalaciones turísticas, modalidades y niveles de manejo y el carácter dinámico del medio ambiente. Tomado Guía para las Mejores Prácticas de ecoturismo en Áreas Protegidas. PROARA/CAPAS.
Circuito Turístico	1. Recorrido circular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su recorrido. 2. " Recorrido Turístico con regreso al mismo lugar sin pasar dos veces por el mismo sitio." (NOVO.77)
Climbing	Vocablo inglés. Actividad turística deportiva de escalar montañas. Práctica del montañismo.
Desarrollo Sostenible	La definición más utilizada es la propuesta por la Comisión Brundtland en 1987 que enuncia: La forma de desarrollo que cubre las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de que las generaciones futuras puedan cubrir sus necesidades. (Gestión del Desarrollo Sostenible. Guillen García).



³ Tomado de Secretaría de Turismo, 1994. Pp. 125 -130

⁴ Concepto formulado por el Arq. Héctor Ceballos-Lascuráin, 1983. Definición adoptada por la UICN y la OMT en 1993.



Palabra	Definición
Diseño de Sitios	<p>El diseño de sitio es un proceso de intervención que tiene como objetivo determinar propuestas de circulación, estructuras y usos para un fin determinado (habitacional, recreativo, administrativo, etc.). En el caso del diseño de sitio sustentable, tales propuestas deben implicar un compromiso serio de integración y respeto con el ambiente natural y cultural.</p> <p>Tomado Guía para las Mejores Prácticas de ecoturismo en Áreas Protegidas. PROARA/CAPAS.</p>
Ecoturismo	<p>“Un segmento especializado del turismo, que consiste en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (presente o pasada) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tenga bajo impacto ambiental y cultural y propicie un involucramiento activo y socioeconómico benéfico de las poblacionales locales ”</p>
Guía Turístico	<p>1. Persona con profundos conocimientos sobre patrimonio, atractivos y servicio turístico facultado para guiar y conducir visitantes a lugares específicos detallando los aspectos más interesantes de los mismos, así como a prestar asistencia de diversa índole a los mismos. Por lo general, los guías de turismo, hablan además del idioma nativo, uno o más idiomas. (NOVO.77) 2. En Colombia la Ley 300/96 expresa: " Se considera Guía de Turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientarlo, conducirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado”.</p>
Hiking	<p>Palabra inglesa que se refiere a la acción de practicar el excursionismo mediante caminatas a través de senderos.</p>
Información Turística	<p>Acción que a nivel público o privado se ejerce para transmitir conocimientos por diferentes medios (prensa, folletos, radio, televisión, cine, internet, guías, etc.) acerca de los atractivos turísticos naturales, culturales, folclóricos, transporte, alojamiento, alimentación y servicios, recreación y esparcimiento de un país, sus regiones o sus localidades. Se puede clasificar en promocional, de referencia e ilustrada. Promocional: Véase además, PROMOCIÓN TURÍSTICA, PUBLICIDAD TURÍSTICA) Referencia: " Narración o relación de una cosa “. (Véase además, INFORMADOR TURÍSTICO) Ilustrada: Aquella que se realiza mediante ayudas audiovisuales.</p>



Palabra	Definición
Interpretación ⁵	<p>La contribución a la educación ambiental y la concientización para un cambio de actitud positiva y responsable respecto al medio ecológico debe ser considerado como uno de los objetivos más importantes de toda actividad verdaderamente ecoturística. Asimismo, los servicios de educación e interpretación constituyen uno de los puntos básicos de un área protegida y debe tener una de las más altas prioridades en la gestión y presentación de servicios ecoturísticos.</p> <p>La interpretación puede realzar enormemente la calidad de la experiencia del visitante, al proporcionarle significado a procesos que de otra manera podrían pasar inadvertidos o incomprendidos. La interpretación en un área protegida se define como toda actividad educativa que tiende a revelar significados e interrelaciones a través del uso de objetos, experiencias de primera mano y medios audiovisuales.</p> <p>Tomado Guía para las Mejores Prácticas de ecoturismo en Áreas Protegidas. PROARA/CAPAS.</p>
Kayak	<p>Palabra inglesa proveniente del esquimal qayac. 1. Canoa de pesca usada por los esquimales, tradicionalmente fabricada con piel de foca, cuya cubierta tiene solo una abertura cerrada con un material impermeable que se ajusta al tronco del tripulante. 2 En deporte acuático, embarcación similar a la anterior en la que uno, dos cuatro tripulantes utilizan remos de dos palas"</p>
Operador de Turismo	<p>Persona natural o jurídica encargada de organizar y promover planes turísticos dentro del país para ser operados por ellos mismos así como la operación de planes turísticos programados por las Agencias de Viaje del exterior y del país. En inglés, se utiliza Tour Operator.</p>
Paquete Turístico	<p>Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viaje o de líneas áreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones. 2. Jar Jafari 2002, lo define como: " formato de viaje con todo incluido organizado por intermediarios. 3. Conjunto de bienes y servicios que se comercializan como un solo producto o marca y se vende con un precio unitario para todo el paquete. 4. Se puede definir como un conjunto de servicios y atractivos que se venden por un tiempo y precio fijo.(HELO.2003)</p>
Parador	<p>Instalación turística de carretera ubicada en lugares especial interés, que además de ofrecer descanso en la ruta, está dotado de restaurante y sanitarios. En algunos países, particularmente España, se aplica a construcciones históricas adecuadas para los turistas.</p>





Palabra	Definición
Pernoctación	<p>Estadía. En estadística turística se define como la noche pasada por un turista en un lugar determinado. (NOVO.77)</p> <p>Documento en el cual se especifican las decisiones adoptadas con relación al mercado, el producto, los canales de distribución a utilizar para hacerlo llegar al consumidor, los precios a los cuales se debe vender, y las características generales de las actividades de promoción y operación de venta, a desarrollar en mercado durante el proceso de comercialización ". (ACERENZA.82)</p>
Plan de Marketing	<p>Es la percepción que tienen los clientes reales y potenciales de un producto o servicio a través de la imagen que proyecta y de las necesidades que satisface.</p>
Posicionamiento	<p>El posicionamiento es el arte de desarrollar y comunicar diferencias significativas entre la oferta propia y la de los competidores que sirven a un mismo público objetivo (P. Kotler).</p> <p>El objetivo del posicionamiento es conseguir crear la posición deseada del producto en relación con los competidores en la mente del público.</p> <p>Los tres elementos del posicionamiento son:</p> <ul style="list-style-type: none">• Imagen: personaliza y ofrece garantías al consumidor.• Beneficio: es la promesa que se hace al consumidor.• Diferenciación: elementos que facilitan la elección. <p>Tomado Marketing y turismo. Gestión Turística. Altés Machin C. 2001.</p>
Precios	<p>“Los precios expresan la proporción en que se cambian bienes y servicios por dinero, pudiéndose expresar cada unidad de ellos, en términos monetarios ". (SALVAT.71) Se presentan las siguientes clases de precios: 1. Precios de los factores de producción. 2. Precios del trabajo (Salarios) 3. Precios del capital (Interés) 4. Precios de la tierra (Renta) Los precios, se forman en la competencia del mercado. Los precios, están en función de una oferta y una demanda momentánea (precios del mercado)</p>
Prestadores de Servicios Turísticos	<p>Se califica como prestador de servicios turísticos a toda persona, natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie, o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de servicios turísticos y que se encuentre debidamente inscritos en el Registro Nacional de Turismo.</p>



Palabra	Definición
<p>Producto Turístico</p>	<p>Es una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones. El producto turístico lo compone los recursos (naturaleza, cultura viva, vestigios, equipamiento de ocio) más los servicios y equipamientos que permiten al visitante cubrir sus necesidades básicas y disfrutar de los atractivos del destino. Tomado Marketing y turismo. Gestión Turística. Altés Machin C. 2001.</p>
<p>Publicidad</p>	<p>Genéricamente se puede definir la publicidad como aquellos mensajes pagados por el emisor que van dirigidos a un público específico, con el objetivo de influir en sus actitudes y comportamiento ante un producto o servicio determinado, lejos del lugar de compra. Tomado Marketing y turismo. Gestión Turística. Altés Machin C. 2001.</p>
<p>Rafting</p>	<p>Palabra inglesa para referirse a la actividad turístico deportiva de efectuar viajes en canoa en los rápidos de los ríos</p>
<p>Relaciones Públicas</p>	<p>Son el conjunto de actividades y mensajes, dirigidos a públicos específicos, que tienen por objetivo crear conocimiento, buena imagen y una actitud favorable sobre una empresa, entidad o producto lejos del punto de venta-prestación. No se busca aquí una respuesta inmediata, como en el caso de la publicidad, sino el mantenimiento de una actitud favorable por parte del público a largo plazo. Tomado Marketing y turismo. Gestión Turística. Altés Machin C. 2001.</p>
<p>Resort</p>	<p>Término inglés, aplicable a ciertos establecimientos hoteleros que por sus características arquitectónicas y de servicios (espacios abiertos, deportes al aire libre, golf, tenis, etc.) se ubican por lo general, en áreas rurales, o semiurbanas.</p>
<p>Segmento de Mercado</p>	<p>El segmento de mercado real y potencial se define como un subgrupo de compradores pertenecientes a un mercado total que comparten características relevantes y que hacen posible diseñar y promover productos para satisfacer completamente sus necesidades. Tomado Marketing y turismo. Gestión Turística. Altés Machin C. 2001.</p>
<p>Señalización Turística</p>	<p>Sistema de información que, mediante vallas ubicadas en lugares estratégicos, permite la identificación de atractivos y bienes de interés turístico. Para tal fin, la Organización Mundial del Turismo ha establecido y recomendado una simbología y las características básicas de diseño, de tal manera que puedan ser reconocidos por los viajeros en cualquier lugar del mundo. (VALENCIA.2003)</p>





Palabra	Definición
Snack	Restaurante rápido donde se sirven comidas ligeras consumidas normalmente de pie, o sobre un mostrador o barra. (RAMIREZ.81)
Souvenir	Palabra francesa, muy utilizada en el lenguaje turístico que se puede traducir en un sentido amplio, como recuerdo de viaje
Surfing	Vocablo inglés. Actividad turística deportiva consistente en desplazarse por las crestas de las olas mediante una tabla especial
Tour Operadoras	<p>El negocio de las tour operadoras está en la comercialización de la oferta turística a los mercados emisores, suelen ser pioneros a la hora de introducir nuevos destinos y productos. Las tour operadoras contactan con los proveedores de transporte y de servicios en destino y forman “paquetes” que incluyen una oferta estándar por un precio determinado.</p> <p>Entre sus funciones está:</p> <ul style="list-style-type: none">• Facilita la compra: con una sola gestión se contratan todos los servicios.• Permite conocer el precio de las vacaciones por adelantado.• Ahorra tiempo y coste en la búsqueda de información: todo lo que se ha de saber aparece en el catálogo.• Evita problemas de comunicación en otros idiomas. La compra de los servicios se solucionan antes de salir de viaje.• Permite elegir entre ofertas diversas.• Da seguridad al viajero, que no se encontrará solo en un lugar desconocido ya que dispondrá de guías o representantes para ayudarlo y orientarlo. <p>Tomado Marketing y turismo. Gestión Turística. Altés Machin C. 2001.</p>
Turismo sostenible	Debe ser amigable con el medio ambiente, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social con las comunidades locales, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de la población local (COOPRENA R.L., 2002).



The Nature Conservancy fue establecida en 1951, como una organización sin fines de lucro.

Actualmente es la organización más grande no gubernamental dedicada a la conservación en los Estados Unidos. Su misión es:

Preservar las plantas, animales y comunidades naturales que representan la diversidad de la vida en el mundo, a través de la protección de las tierras y aguas que estos necesitan para sobrevivir. Desde 1980, la división latinoamericana y del Caribe de The Nature Conservancy ha trabajado con asociados en 20 países para proteger más de 22 millones de hectáreas de hábitats críticos.

Las metas básicas de The Nature Conservancy son:

- Conservar, con base científica. La organización fue creada por un grupo de ecologistas, por lo que la ciencia ha sido siempre la base de sus acciones.
- Obtener resultados en el sitio. TNC concentra sus esfuerzos en la conservación in situ, desde la adquisición de tierras hasta la delimitación y patrullaje de áreas protegidas, y el entrenamiento y equipamiento de guardaparques.

