Segmentación de Mercado para los servicios turísticos de la Asociación FINCAMAR ubicada en la Reserva Natural Estero Padre Ramos, Chinandega Nicaragua Junio-Agosto del 2006.

USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

COASTAL RESOURCES CENTER
University of Rhode Island

UNIVERSITY OF HAWAII HILO

UCA

CIDEA

METODOLOGÍA

CUANTI-CUALITATIVO

CUALITATIVO

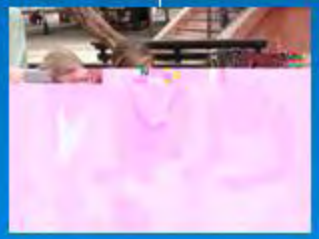
- **GRUPO FOCAL**

- **ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD**
  - **TOUR OPERADORAS**
    - Mundo Ventura — Viajando sin límites
    - Gray Line Tours Nicaragua — Truly, The Local Expert.
  - **INSTITUCIONES**
    - •Marena
    - •Selva
  - **TURISTAS**

CUANTITATIVO

ENTREVISTAS ESTRUCTURADAS

TURISTAS EXTRANJEROS



TURISTAS NACIONALES

TURISTAS EXTRANJEROS

NACIONALIDAD: Norteamérica y Europa
EDADES: Jóvenes (17 a 28) ambientes aventureros Jóvenes-adultos (29 a 35) ambientes ecoturísticos Adultos (36 en adelante) ambiente cultural
ESTADO CIVIL: en su mayoría son solteros.
VIAJAN: con amigos. HOBBY: viajar
OCUPACION: Mas de la mitad trabajan
MEDIO DE COMUNICACIÓN: el Internet y celular
LES GUSTA: la cultura de los países, tener contacto con la naturaleza y la gente.
ESPERAN ENCONTRAR: desean encontrar playas, montañas, monumentos, lo que mas le gusto es apreciar los paisajes y aprender de nuevas costumbres,
PERIODO: en verano ESTADÍA: de 1 a 2 semanas
AL VISITAR UN NUEVO PAÍS: toman muy en cuenta la seguridad y, para poder visitar los lugares con mayor tranquilidad, y protección. dicen que el estado de la carretera no les impide conocer lugares, En su mayoría visitan lugares distanciados de las ciudades, con poca comodidad y sin mucha afluencia de turistas.

45.6% N.A. y 35.3% Europeos
76.5% Nivel superior
35.5% No tiene religión
85.4% Solteros,
68% diario $10 – a $ 30
52.9% trabaja
96%, realiza turismo,
35.3% verano,
27.9% vac. escolares
24% 2 semanas y
22% 1 semana
lugares distanciados (66%)
poca afluencia turistas (75%)
poca comodidad (74%)
96% seguridad
tranquilidad visitante
63% no carretera, importa lugar
90% RNEPR, por flora fauna
17.5% flora y fauna
14.9% camina senderos;
12.9% bañarse la playa
11.9% navegar el estero
76.1% en cabañas
61% no institución,

TURISTAS NACIONALES

DEPARTAMENTOS: son mayormente de la región del pacifico
EDADES: jóvenes (17 a 28), jóvenes-adulto (29 a 35) y adulto (36 en adelante) , gustan mas de ambientes culturales, aventurero y ecoturistico,
NIVEL DE EDUCACIÓN en su mayoría superior
RELIGIÓN católica,
ESTADO CIVIL: en su gran mayoría son solteros
OCUPACION: la mitad trabajan
DIVERSIÓN ver televisión y leer VIAJAN la familia
MEDIOS DE COMUNICACIÓN: teléfono y televisión
GUSTA: conocer la cultura e historia de los distintos departamentos, monumentos, esperan encontrar tranquilidad, conocer mas gente, y poder deleitarse de los paisajes y la flora y fauna.
PERIODO: Semana Santa ESTADIA: es de 1 a 4 días
VISITAR UN DEPARTAMENTO: toman en cuenta la carretera por el daño que puede causar al vehículo y la seguridad, para que haya mayor protección, por lo general visitan lugares con poca comodidad, distanciados de la ciudad pero muy visitados por turistas.

Chinandega, león y Managua
Nivel superior un 62.2%
67.6% religión católica
67. 6% Solteros,
viaje 56% $50 a 100%
42.8 % trabaja
60% realiza turismo,
26.2% Semana Santa
23.8% fines de semana
57% de 1 a 2 día
30% de 3 a 4 días,
62% muchos turistas,
63% poca comodidad
61% distanciados de ciudad.
98% seguridad, protección
75% carretera, dañe vehiculo
76% RNEPR, por flora fauna
17.1% conocer flora y fauna
15.1 % navegar por estero,
14% bañarse en la playa,
11.6% caminar por senderos
9.7% granja camaronera,
52.9 % en cabañas
57 % no ir institución

RECOMENDACIONES

1. **DIVIDIR EL SEGMENTO DE TURISTAS EXTRANJEROS EN TRES SUBGRUPOS:**
   1. ***LOS AVENTUREROS***
   2. ***AMANTES DE LA CULTURA***
   3. ***ADMIRADORES DE LA NATURALEZA***

2. **DIVIDIR EL SEGMENTO DE TURISTAS NACIONALES EN TRES SUBGRUPOS:**
   2. ***LOS AVENTUREROS EXTREMOS:***
   3. ***LOS BUSCADORES DE TRANQUILIDAD***
   4. ***LOS AMANTES A LA CULTURALES***

3. **TARIFAS DIFERENCIADAS A TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES**

5. **INFRAESTRUCTURA**
   1. ***PARA LLEGAR A LA ZONA***
   2. ***DENTRO DE LA ZONA***

5. **COMUNICACION**

Preguntas y/o comentarios