



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

Programa de Conservación y Turismo Sostenible (PCTS)

Ficha Técnica

Donante: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)

Agencia Implementadora: FHI 360

Áreas Geográficas de Implementación:

- **Jinotega:**
 - Jinotega y San Rafael del Norte (centros urbanos);
 - Reserva Natural Cerro Datanlí-El Diablo (atracción natural);
 - Lago Apanás (atracción natural)
- **Estelí:**
 - Estelí (centro urbano);
 - Reserva Natural Miraflores-Moropotente (atracción natural);
 - Reserva Natural Tisey-Estanzuela (atracción natural);
 - Monumento Nacional Cañon de Somoto (atracción natural)
- **Bluefields:**
 - Bluefields, Laguna de Perlas

Socios Institucionales - Técnicos:

- Agora Partnerships
- Alianza Mesoamericana de Ecoturismo (AME)
- Paso Pacífico
- Universidad de Idaho
- Asociación de Educación y Comunicación "La Cuculmeca"

Socios Institucionales:

- MARENA
- INTUR
- Gabinetes de Turismo
- Comités de Manejo Colaborativo

PCTS Fortalece a Guías Turísticos del Norte

El turismo sostenible crece y se fortalece de abajo hacia arriba, y está enraizado en el liderazgo local. Dentro de este contexto, el Programa de Conservación y Turismo Sostenible (PCTS) auspició el Curso de Capacitación para Guías Turísticos, financiado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), e implementado por FHI 360 y el Centro para la Capacitación Internacional de la Universidad de Idaho, en colaboración con el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR).

El curso comprendió 240 horas de capacitación intensiva, con la participación de 20 guías de las zonas de implementación del Programa y otras áreas del país, con el propósito de crear una red regional de líderes locales calificados en las técnicas de guiado, y vinculados a los esfuerzos de conservación, educación ambiental, y promoción del turismo sostenible. Esta red de liderazgo local será parte de los cimientos en que se asentará el turismo sostenible en las zonas de Jinotega, Estelí y Somoto.

El curso, realizado del 8 de noviembre al 2 de diciembre pasado, fue impartido por el Dr. [Sam Ham](#), renombrado Profesor de la Universidad de Idaho, y [Tom O'Brien](#), Líder de Expediciones de Lindblad Expeditions. El curso incluyó técnicas de guiado, primeros auxilios, liderazgo, industria turística e inglés básico, entre otros temas. La metodología usada fue mayormente práctica y enfocada en situaciones de la vida real, así como en el liderazgo y resolución de problemas que ponen a los guías en el rol de líderes locales. El curso formó a los guías en su carácter de embajadores locales, quienes no solo representan a sus comunidades, a las compañías para las cuales trabajan, a su país, o a la conservación, sino también como individuos capaces de comunicar los intereses, expectativas y características de los visitantes dentro de sus propias comunidades. A fin de ofrecer a los guías una experiencia integral y de mejorar su conocimiento sobre la oferta turístico-natural de la región, el curso se llevó a cabo en diferentes escenarios rurales y urbanos en los Departamentos de Jinotega y Estelí.



Grupo de Guías Turísticos acompañados del instructor del equipo de la Universidad de Idaho, y de oficiales de la USAID y del PCTS, presentan orgullosos los Certificados recibidos después de concluir el curso.

PCTS Identifica Segmentos de Mercado Más Relevantes



Turistas visitando el Monumento Nacional Cañon de Somoto.

Programa de Conservación y Turismo Sostenible FHI 360

Villa Fontana, frente a costado
Oeste del Club Terraza
Edificio Discover #1
Oficina 4-D
Managua, Nicaragua

TELEFONOS:

(505) 2278-7659
(505) 2277-2559

E-MAIL:

nicaverde@fhi360.org

A fin de generar un impacto positivo en el desarrollo turístico de las áreas naturales de Estelí, Jinotega, y el Cañon de Somoto, el Programa de Conservación y Turismo Sostenible (PCTS), a través de la Alianza Mesoamericana de Ecoturismo (AME), llevó a cabo una investigación de mercado sobre los segmentos de turismo meta en la región. El programa busca concentrar los esfuerzos de promoción y mercadeo en los segmentos de turistas que actualmente visitan la zona.

Considerando las características naturales de las zonas y a los segmentos que ya están visitándolas, para la investigación se utilizaron importantes fuentes de información secundaria y se realizaron entrevistas y grupos focales con actores clave tales como tour operadores locales, asociación de guías, y turistas que visitan dichas zonas, entre otros.

El estudio se enfocó especialmente en el cliente y en el mercado turístico, analizando su perfil, motivaciones y preferencias. Los principales segmentos de mercado identificados son:

1. Familias Tradicionales (Nacional)
2. Grupos de Jóvenes Naturalistas (Nacional)
3. Grupos de Voluntariado (Estadounidense)
4. Eco – Turistas (Estadounidense)
5. Turismo Rural (Europa)

En base a los resultados de este estudio, el PCTS ejecutará acciones promocionales debidamente articuladas y dirigidas a los principales segmentos identificados. Este enfoque basado en el cliente, es decir el turista, sigue uno de los principios fundamentales del mercadeo “*Conoce a Tu Cliente*”. Antes de promover exitosamente un producto es esencial conocer bien quién es nuestro cliente y qué es lo que quiere, necesita, piensa y siente. De esta manera, el conocimiento profundo del perfil de los segmentos definidos es clave para el diseño del producto/experiencia, el mercadeo/promoción, y para mejorar la calidad de los negocios.