

UNIVERSIDAD CENTRAL DE NICARAGUA

“Agnitio Ad Verum Ducit”



Facultad de Ciencias Económicas y Administrativa

Sede - Jinotepe

Licenciatura en Administración Turismo y Hotelera

**La identidad cultural ceramista y su aporte a la promoción del turismo en San Juan
de Oriente 2025**

Autores:

Carné

Br. Heydi Lisseth Gonzalez Ramos

202130030762

Br. Maryuri Alejandra Cortez Jirón

202130030931

Asesor Metodológico:

Lic. Oliver Johan Ruiz Ruiz

Asesor Científico:

Dr. Wilmer Martín Guevara

Domingo, 01 de Marzo del 2026

MANAGUA – NICARAGUA, 2025



UNIVERSIDAD CENTRAL DE NICARAGUA

"Agnitio Ad Verum Ducit"

CARTA AVAL TUTOR CIENTÍFICO

MSc. Kariela Montes Aguilar
Decana de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativa
UCN – Sede Central

Estimada maestra Montes Aguilar, reciba cordiales saludos.

Por medio de la presente hago constar que he verificado el informe final del trabajo monográficos elaborado por las egresadas:

1. Br. Heydi Liseth Gonzalez Ramos
2. Br. Maryuri Alejandra Cortez Jirón

Para optar al título de Administración Turismo y Hotelería, cuyo título de la Monografía es: **La identidad cultural ceramista y su aporte a la promoción del turismo en San Juan de Oriente 2025.**

El cual considero que cumple con los requisitos científicos exigidos por el **CAPÍTULO VIII. FORMAS DE CULMINACIÓN DE ESTUDIOS** del reglamento académico; para ser evaluada por el Comité Evaluador.

En la Ciudad de Jinotepe a los 16 días del mes de febrero del año 2026.

PhD. Wilmer Martín Guevara

Tutor científico

CC: Archivo.



UNIVERSIDAD CENTRAL DE NICARAGUA

“Agnitio Ad Verum Ducit”

CARTA AVAL TUTOR METODOLOGICO

MSc. Kariela Montes Aguilar
Decana de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativa
UCN – Campus Jinotepe
Su Despacho

Por medio de la presente hago constar que he verificado el informe final del trabajo monográficos elaborado por los egresados(a) Br. Heydi Lisseth González Ramos, Br. Maryuri Alejandra Cortez Jirón; para optar al título de Administración Turística y Hotelería, cuyo título de la Monografía es: **La identidad cultural ceramista y su aporte a la promoción del turismo en San Juan de Oriente 2025**. El cual considero que cumple con los requisitos metodológicos exigidos por el **CAPÍTULO VIII. FORMAS DE CULMINACIÓN DE ESTUDIOS** del reglamento académico; para ser evaluada por el Comité Evaluador.

En La Ciudad de Jinotepe a los 15 días del mes de febrero del año 2026.

Lic. Oliver Johan Ruiz Ruiz

Tutor(a) Metodológico

CC: Archivo.

Dedicatoria

A nuestras Familias por su apoyo incondicional

González Ramos y Cortez Jirón

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecemos a Dios por brindarnos la vida, la sabiduría, la fortaleza y la perseverancia necesarias para culminar con éxito esta etapa tan importante de nuestra formación profesional. Su guía ha sido fundamental en cada paso de este proceso.

Expresamos nuestro profundo agradecimiento a la Universidad Central de Nicaragua (UCN), por abrirnos sus puertas y permitirnos formarnos académica y profesionalmente, proporcionándonos los conocimientos y herramientas necesarias para el desarrollo de esta investigación.

De manera especial, agradecemos a las personas que contribuyeron directamente con este estudio mediante su valiosa colaboración en las entrevistas realizadas. En particular, al reconocido artesano Helio Gutiérrez, importante referente de la cerámica en San Juan de Oriente, por compartir generosamente su experiencia, conocimientos y trayectoria, los cuales enriquecieron significativamente esta investigación.

Asimismo, extendemos nuestro agradecimiento a Norwin Bracamontes, por su apoyo y disposición constante para colaborar en el desarrollo de nuestro trabajo investigativo.

Finalmente, expresamos nuestro agradecimiento a todas las personas que, de una u otra forma, hicieron posible la realización y culminación de este trabajo investigativo.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la identidad cultural ceramista de San Juan de Oriente como herramienta para la promoción turística y el desarrollo local en el año 2025. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, empleando entrevistas a artesanos, prestadores de servicios turísticos y turistas, complementadas con observación directa y análisis documental. La información fue procesada mediante triangulación de fuentes, lo que permitió validar y contrastar los hallazgos obtenidos.

Los resultados evidencian que la identidad ceramista constituye el eje central sobre el cual se articulan las actuales estrategias de promoción turística del municipio. La cerámica no solo representa una actividad económica predominante, sino también un patrimonio cultural vivo que define la imagen territorial. Se identificó que la promoción combina estrategias digitales, tradicionales y comunitarias, integrando talleres abiertos, murales urbanos, espacios turísticos complementarios y participación activa de los artesanos.

Asimismo, se constató que la experiencia turística incluye la observación del proceso de elaboración, la explicación del significado cultural de las piezas y la posibilidad de interacción directa con los artesanos, lo que fortalece el turismo cultural y creativo. Los hallazgos demuestran que la identidad cultural ceramista se encuentra plenamente incorporada en la dinámica turística y económica del municipio.

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	8
2. CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
3. Identificación del problema de investigación	10
4. Objetivos.....	15
5. Pregunta central de investigación	16
6. Justificación	17
7. Limitaciones.....	21
8. Supuestos básicos.....	22
9. Entrada al campo. Definición del contexto de estudio	23
10. Mapeo del contexto	24
11. CAPÍTULO II. PERSPECTIVA TEÓRICA	26
12. Revisión de literatura.....	27
13. Estado del arte	29
14. Perspectiva teórica asumida	31
15. CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....	33
16. Enfoque cualitativo asumido y su justificación	34
17. Muestra teórica y sujetos del estudio	35
18. Métodos y técnicas de recolección de datos	39
19. Métodos y técnicas para el procesamiento de datos y análisis de información.....	41
20. Criterios de calidad: credibilidad, confiabilidad, confirmabilidad, transferibilidad y triangulación	43
21. CAPÍTULO IV DISCUSIÓN DE RESULTADOS O HALLAZGOS	45
Resultado 1.....	¡Error! Marcador no definido.
Resultado 2.....	¡Error! Marcador no definido.
Resultado 3.....	¡Error! Marcador no definido.
22. CAPILULO V. CONCLUSIONES	55
23. CAPÍTULO VI. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	57
24. Cronograma de actividades.....	57
25. Recursos: humanos, materiales y financieros	59
27. Capítulo VI Anexos o Apéndices	63

Índice de tablas

Tabla 1. Criterios de selección de la muestra cualitativa	36
Tabla 2. Técnicas e instrumentos de investigación	40
Tabla 3. Cronograma de actividades.....	57

1. INTRODUCCIÓN

La investigación presenta un estudio centrado en la identidad cultural ceramista y su aporte a la promoción del turismo en el municipio de San Juan de Oriente 2025, reconocido a nivel nacional por su tradición artesanal en la elaboración de cerámica. La investigación surge del interés por comprender cómo esta práctica ancestral, transmitida de generación en generación, no solo representa un elemento clave de la identidad cultural local, sino que también se ha convertido en un atractivo turístico y en una fuente de desarrollo económico para la comunidad.

El problema identificado radica en la limitada sistematización y valoración académica de la cerámica como expresión cultural y como recurso turístico, lo que dificulta visibilizar su verdadero aporte al fortalecimiento de la identidad local y a la dinamización del turismo cultural en el municipio. A pesar de su importancia, esta manifestación cultural no siempre es reconocida ni aprovechada de manera integral dentro de las estrategias de promoción turística.

El objetivo general de la investigación es analizar la identidad cultural ceramista y su contribución a la promoción del turismo en San Juan de Oriente, a partir de las experiencias, saberes y significados que los artesanos atribuyen a su labor. Asimismo, se busca comprender cómo esta actividad artesanal influye en la preservación de la cultura local y en la proyección del municipio como destino turístico.

El presente estudio se estructura en seis capítulos organizados de manera sistemática. El Capítulo I desarrolla el planteamiento del problema, incluyendo la identificación y contextualización del fenómeno de estudio, los antecedentes internacionales y nacionales, los objetivos, la pregunta central y preguntas específicas, la justificación, las limitaciones, los supuestos básicos, la entrada al campo y el mapeo del contexto. El Capítulo II expone la perspectiva teórica, incorporando la revisión de literatura, el estado del arte y el marco conceptual asumido para sustentar el análisis de la identidad cultural ceramista y su relación con el turismo cultural. El Capítulo III presenta la metodología de la investigación, donde se describe el enfoque cualitativo asumido, la muestra teórica y los sujetos de estudio, los métodos y técnicas de recolección de datos, los procedimientos para el procesamiento y análisis de la información, así como los criterios de calidad aplicados: credibilidad, confiabilidad, confirmabilidad, transferibilidad y triangulación. El Capítulo IV contiene la

discusión de resultados o hallazgos, organizados en función de los objetivos específicos y acompañados de un análisis crítico. El Capítulo V expone las conclusiones derivadas del estudio en coherencia con los objetivos planteados. Finalmente, el Capítulo VI presenta los aspectos administrativos, incluyendo el cronograma de actividades, los recursos humanos, materiales y financieros, además de los anexos que respaldan el desarrollo de la investigación.

..

2. CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3. Identificación del problema de investigación

Contexto del problema de la investigación

San Juan de Oriente, su primer nombre fue San Juan de Nomativa, es un museo al aire libre, conocido también como San Juan de los platos. Es un municipio de artesanos por excelencia, oficio transmitido de generación a generación, se han especializado en hacer de una manera singular la réplica de la cerámica precolombina, sus piezas son admirables y han ganado premios a nivel nacional e internacional; razones por la que el municipio fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación el 21 de agosto de 1989 junto a los nueve municipios del departamento de Masaya (mapa nacional de turismo, 2016-2025). A pesar de lo anterior mencionado actualmente no tiene un impacto turístico de relevancia considerable en el sector turístico.

La actividad económica fundamental del municipio es la elaboración y venta de artesanías hechas de barro. El 90% de la población se dedica al trabajo artesanal. Teniendo ese dato en mente no se cuenta con estudios sistemáticos que recojan las percepciones de los propios artesanos, visitantes y promotores turísticos sobre el valor de la identidad cultural como eje diferenciador de la oferta turística.

En consecuencia, San Juan de Oriente enfrenta el riesgo de estancarse como un destino de paso, sin lograr consolidarse como ciudad creativa ni aprovechar plenamente su potencial para dinamizar el desarrollo local.

Antecedentes

A nivel internacional, Vidarte Zelada, Daniel Bristo, desarrolló la monografía Intervención del Espacio Urbano del Paseo Artesanal de la ciudad de Monsefú para revalorizar la Artesanía del Poblador Monsefuano, fechada en 2024. El estudio, de tipo cuantitativo, tuvo como meta diseñar un proyecto de intervención urbana que favoreciera la valorización de la artesanía local. La muestra se consideró como población infinita y las encuestas se aplicaron tanto a turistas, residentes como a comerciantes del área. Las conclusiones reflejan que el Paseo Artesanal tiene un alto potencial de expansión y dinamización económica; sin embargo, la pandemia afectó negativamente su actividad. Asimismo, el estudio revela debilidades en la orientación gubernamental al sector artesanal y la necesidad de mejorar la conexión entre el espacio urbano y la actividad artesanal. (Bistro, 2024)

En 2023, Hernán Isidro Suty Segovia publicó el artículo Difusión de las prácticas y saberes ancestrales de la cultura guaraní en Paraguay: Estudio de caso de la Artesanía en Barro de las ciudades de Itá, Areguá y Tobatí, 2018-2022, con el fin de analizar los mecanismos de difusión cultural vinculados a la artesanía en barro. El estudio empleó un diseño cuantitativo con un corpus de 44 publicaciones analizadas. Entre las conclusiones se destaca la presencia de diversos medios digitales para promocionar las prácticas artesanales guaraníes, reconociéndose la importancia de la preservación de los saberes ancestrales mediante su posicionamiento en entornos digitales. (Segovia, 2023)

Finalmente, Navarrete Álvarez, Linda Jamilex, desarrolló el estudio Artesanías como identidad cultural y su aporte en el turismo del cantón Babahoyo, publicado en 2021. La investigación, de enfoque mixto, se basó en encuestas a 115 personas y en una entrevista al artesano Néstor Briones. Se concluye que las artesanías constituyen una manifestación profunda de identidad cultural y un elemento relevante para el desarrollo turístico. No obstante, se identifica una percepción social contradictoria respecto al valor económico de la actividad artesanal, lo que implica la necesidad de fortalecer el reconocimiento económico y social del oficio. (Jamilex, 2021)

Como primer antecedente nacional, María Fernanda Cerda González, Belkys Denisse Murillo Dávila y Magdiel Abel Castillo Arias, desarrollaron la investigación titulada Desarrollo e Implementación de un Plan de Marketing para Potenciar la Promoción de Productos

Artesanales de PYMES a través del Blog BUSINESS-505 en San Juan de Oriente, presentada el 13 de febrero de 2024. El propósito central del estudio consistió en diseñar e implementar un plan estratégico de marketing digital orientado a incrementar la visibilidad, engagement y ventas de pequeños comercios artesanales.

La metodología empleada fue de carácter mixto. Se concluye que el proyecto evidencia una alta viabilidad para fortalecer la presencia digital de los negocios artesanales, con potencial de crecimiento sostenido y beneficios significativos para el ecosistema empresarial local, siempre y cuando se mantenga un monitoreo de las condiciones del mercado y la consecuente adaptación estratégica. (Cerdeza González, Murillo Dávila, & Castillo Arias, 2023)

En un estudio elaborado por Obando Castro; Rodríguez Pérez y Castrillo Alonso, titulado Análisis del crecimiento y desarrollo en el sector artesanal alfarero formal en el municipio de San Juan de Oriente de la ciudad de Masaya durante el periodo 2020-2021, presentado en 2023, se planteó como objetivo, identificar las variables que influyen en el crecimiento del sector artesanal formal, así como las estrategias de mercado implementadas durante el periodo señalado. La investigación empleó un diseño mixto y consideró una muestra de cinco artesanos formales.

Los autores señalan que la artesanía constituye un elemento identitario fundamental para la comunidad y fuente principal del sustento familiar. Además, se documenta que, a raíz de la pandemia, el 95% de los talleres cerraron durante ocho meses, provocando una crisis económica que obligó a los artesanos a implementar estrategias de recuperación, entre las que destacan la innovación creativa y el uso de plataformas digitales para la comercialización dirigida tanto al mercado nacional como internacional. (Obando Castro, Rodríguez Pérez, & Castillo Alonso, 2022)

A nivel nacional, se encontró el estudio de Karla Aracelly Sánchez Paladino y Elba Licia del Socorro Cerda Valle quienes realizaron la monografía titulada Elaborar un proyecto a nivel de prefactibilidad para la construcción de un mercado de artesanía en el municipio de Catarina, departamento de Masaya, en septiembre de 2018. El estudio tuvo como finalidad determinar la factibilidad técnica, social y económica para la construcción de un mercado de artesanías y para ello utilizaron herramientas de estudio de mercado, análisis técnico y financiero. Como resultado, se estableció la necesidad de 111 módulos comerciales,

aunque las restricciones financieras obligaron a reducir la infraestructura a 72 módulos. Se concluye que el proyecto es viable desde la perspectiva socioeconómica, demostrando un VAN de 517,506.07, lo que respalda la pertinencia de su ejecución. (Sánchez Palacio & Cerda Valle, 2018)

Otro antecedente importante es el de Kevin González Hodgson, quien publicó el artículo *Moldeando identidad en los talleres alfareros de San Juan de Oriente* en el año 2017. El objetivo del estudio fue examinar la artesanía como elemento identitario, y se sustentó en un diseño metodológico cualitativo basado en análisis documental, con una muestra constituida por documentos y entrevistas. Uno de los hallazgos principales señala que la artesanía constituye un pilar identitario y un recurso turístico. González Hodgson concluye que existe la necesidad de políticas culturales que fortalezcan y protejan esta identidad artesanal. (Hodgson, 2017)

Por su parte, vamos a citar a Hudson, K. que publicó la tesis *Identidad socio-cultural a partir de la producción de diseños cerámicos en San Juan de Oriente, Masaya*, realizada en 2016. El objetivo que guio el estudio fue analizar identidad ceramista y su relación con turismo y se basó en un diseño cualitativo, con una muestra de 12 familias. Uno de los principales resultados del estudio afirma que la identidad Artesanal sostiene el atractivo turístico. Hudson, concluye que la transmisión cultural fortalece la oferta turística. (Hudson, 2016)

Un estudio interesante es el de Karen Carolina García Pavón, quien elaboró la monografía titulada *artesanal El trabajo del barro en la zona I y II de San Juan de Oriente y su comercialización*, presentada en 2015. El propósito de esta investigación fue analizar la relación entre la identidad ceramista y el desarrollo turístico, empleando un enfoque cualitativo bajo la modalidad de estudio de caso. La muestra estuvo compuesta por 15 artesanos y 20 turistas. Los resultados indican una influencia positiva de la identidad cultural en la dinámica turística. García Pavón concluye que el fortalecimiento de la narrativa cultural y patrimonial contribuye significativamente al impulso del turismo local.-(Pavón, 2015)

En otra línea de investigación, pero siempre en el ámbito nacional, el arquitecto José Luis Mendoza presentó el artículo *Gestión de Riesgo en el Patrimonio, Caso de estudio: Mercado de Artesanías de la ciudad de Masaya* el 27 de julio de 2016. Su objetivo consistió en analizar el patrimonio cultural desde el enfoque de la gestión del riesgo, abordando las variables implicadas en la conservación de edificaciones históricas. El estudio concluye que

el Mercado de Artesanías constituye un elemento esencial de la memoria colectiva masayense y un punto de identidad para sus habitantes. Además, se subraya la importancia de comprender las vulnerabilidades estructurales del edificio para diseñar medidas de mitigación y estrategias de conservación ante futuros riesgos de origen natural. (Mendoza, 2016)

Pregunta central de investigación

¿Cómo puede la identidad cultural ceramista de San Juan de Oriente ser empleada de forma innovadora en las estrategias de promoción turística, para fortalecer el desarrollo local y la valorización del patrimonio cultural del municipio?

4. Objetivos

Objetivo General

- Proponer la identidad cultural ceramista de San Juan de Oriente como herramienta para la promoción del turismo y el desarrollo local 2025.

Objetivo Específicos

- Describir el proceso de integración de la identidad ceramista dentro de las actuales estrategias de promoción turística implementadas en San Juan de Oriente como ciudad creativa.
- Valorar el criterio de artesanos, visitantes y prestadores de servicio turísticos sobre el valor de la identidad cultural ceramista como motor de innovación en la oferta turística.
- Diseñar una propuesta integral del turismo basadas en la identidad cultural ceramista para la promoción turística y el desarrollo local de San Juan de Oriente.

5. Pregunta central de investigación

¿Cómo puede la identidad cultural ceramista de San Juan de Oriente ser empleada de forma innovadora en las estrategias de promoción turística, para fortalecer el desarrollo local y la valorización del patrimonio cultural del municipio?

Pregunta General

- ¿Cómo puede la identidad cultural ceramista ser puesta en valor para promover el turismo y generar desarrollo local?

Preguntas específicas

- ¿Cómo se está integrando la identidad ceramista dentro de las estrategias de promoción turística de San Juan de Oriente como ciudad creativa?
- ¿Cuál es el punto de vista (criterio) de los artesanos, visitantes y prestadores de servicio turísticos sobre la posibilidad de integrar la identidad cultural ceramista como elemento innovador en la oferta turística de San Juan de Oriente?
- ¿Qué alternativa cultural que se base en la identidad cultural ceramista puede aportar a la promoción turística y el desarrollo local de San Juan de Oriente?

6. Justificación

Con esta investigación se espera generar un impacto social positivo en dos aspectos fundamentales; la revalorización de la práctica ceramista como atractivo turístico mediante el cual, los artesanos podrían tener ingresos adicionales a su producción material artesanal, en consecuencia, se podría generar un estímulo al turismo cultural como actividad económica secundaria a la actividad alfarera.

Los hallazgos del estudio pretenden fortalecer el conocimiento que se tiene sobre la teoría del turismo alternativo, que implica entre otras cosas, el desarrollo sostenible de los destinos turísticos, la revalorización de la cultura autóctona y una perspectiva alineada a las políticas, programas y planes nacionales en el contexto nicaragüense.

Por otra parte, la investigación viene a contribuir al desarrollo y crecimiento de la producción científica de la Universidad Central de Nicaragua, la cual se ha venido consolidando en los últimos años.

Como profesionales, la realización de esta investigación viene a consolidar nuestras competencias investigativas y profesionales, desarrolladas durante el transcurso de la carrera, además se interioriza en la importancia conocer el ámbito de estudio real de nuestra profesión.

El estudio se vincula directamente con el **Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano (2022–2026)**, específicamente con el Capítulo IV “El plan de lucha contra la pobreza y para el desarrollo humano”, en el lineamiento que orienta a “Impulsar modalidades creativas e innovadoras de turismo en todos los campos y en todos los espacios aprovechando el acervo cultural, las tradiciones y los patrimonios culturales tangibles e intangibles del pueblo nicaragüense”.

Este lineamiento operacionaliza mediante acciones como la implementación de 18 planes interinstitucionales para la promoción del turismo cultural, 1,296 actividades orientadas a fortalecer las industrias culturales y creativas, 216 capacitaciones en creatividad e innovación aplicadas al turismo, y la participación de 3,673 protagonistas en estrategias de promoción turística. Asimismo, el PNLPDH fortalece la Red Nacional de Ciudades Creativas, promoviendo planes para impulsar la identidad cultural, el emprendimiento creativo y el desarrollo económico local en los municipios.

Este estudio aporta que la identidad cultural ceramista es un recurso para obtener oferta turística, esta investigación aporta evidencia al objetivo del Plan de dinamizar la economía familiar, creativa y emprendedora, demostrando cómo el patrimonio cultural de San Juan de Oriente puede convertirse en un motor de innovación, turismo sostenible y generador de ingresos para las familias de los artesanos.

Este estudio aporta al fortalecimiento de la **Estrategia Nacional de Educación Bendiciones y Victorias en todas sus modalidades (2024-2026)**, específicamente con el eje 11, investigación e innovación, que tiene como objetivo fortalecer la producción de conocimientos útil par el desarrollo del país. El estudio contribuye al indicador 42 que tiene como objetivo incrementar la investigación científica en las universidades incorporando las principales áreas de desarrollo del país, centrándose en la cerámica cultura identidad de San Juan de Oriente como un tema vinculado a la cultura, desarrollo turístico y económico del territorio.

De esta perspectiva la investigación permite comprender cómo los conocimientos y prácticas tradicionales de los artesanos pueden convertirse en conocimiento académico aplicado, contribuyendo al fortalecimiento de la investigación universitaria con social y pertinencia territorial y generar aportes que respondan a las necesidades reales de la comunidad.

Este estudio se enmarca dentro de la **Agenda Nacional de Investigación e Innovación**, específicamente en el área prioritaria 8 que determina lo que es la economía creativa familiar y emprendedora dentro de la línea de investigación 35 correspondiente a economía creativa, industrias culturales y creativas. La agenda destaca la necesidad de generar conocimientos que permitan aprovechar las capacidades del territorio para impulsar modelos de desarrollos creativos, sostenibles y basados en la participación comunitaria.

Este estudio aporta información valiosa sobre cómo la identidad cultural de San Juan de Oriente puede convertirse en un recurso estratégico para innovar en la oferta turística, generar nuevas experiencias culturales y fortalecer la economía local.

Asimismo, la investigación contribuye al objetivo de promover proyectos que integren saberes tradicionales con prácticas innovadoras. Al analizar cómo los artesanos y actores locales pueden involucrarse en propuestas turísticas más creativas, el estudio se convierte en una herramienta que alimenta futuras iniciativas de innovación cultural y turística. De

esta manera, la investigación no solo responde a los lineamientos teóricos del eje correspondiente, sino que también aporta evidencia útil para la toma de decisiones en políticas culturales, desarrollo creativo y fortalecimiento del turismo sostenible.

Desde un enfoque teórico, esta investigación es importante porque se basa en conceptos actuales relacionados con el turismo cultural, creativo y sostenible. Autores contemporáneos como: Helio Gutiérrez y José Bernardo Carballo (2017) destacan que la cultura viva, las tradiciones locales y los oficios artesanales pueden generar experiencias significativas para los visitantes, convirtiéndose en recursos clave para la innovación turística. Por ello, comprender el papel de la identidad cultural en el desarrollo del turismo permite fortalecer los fundamentos teóricos sobre cómo la cultura puede ser aprovechada como motor de desarrollo local y como ventaja competitiva.

En el aspecto metodológico, la investigación también es relevante porque permitirá recoger información directamente de los actores involucrados, como artesanos, visitantes y prestadores de servicios turísticos. Este enfoque consultivo facilita un análisis más completo de la realidad local, ya que incorporará percepciones y experiencias que no siempre se reflejan en los documentos oficiales de promoción turística. Además, el estudio permitirá identificar vacíos en las estrategias actuales y proporcionar información útil para la formulación de acciones innovadoras basadas en la cultura local.

Desde esta perspectiva, esto aportará un análisis riguroso que puede servir como referencia para investigaciones futuras relacionadas con turismo cultura y ciudades creativas como lo son; León, Granada, Masaya, Estelí, Bluefields, San Juan de Oriente, Matagalpa, Managua, Juigalpa y Nagarote.

En el ámbito práctico, la investigación tiene un valor significativo porque sus resultados pueden contribuir directamente al desarrollo del municipio. Identificar cómo la identidad cultural puede incorporarse en la promoción turística ofrece oportunidades para fortalecer la economía local, mejorar la visibilidad de los artesanos y atraer un turismo que valore las tradiciones y la autenticidad del lugar. Además, las estrategias que se propongan pueden ayudar en la diversificación en la oferta turística, generar nuevas experiencias culturales y reforzar el posicionamiento de San Juan de Oriente como una ciudad creativa. Todo esto beneficia tanto a la comunidad como al sector turístico, generando un impacto positivo en términos de ingresos, identidad local y preservación del patrimonio cultural.

Los beneficiarios directos de esta investigación son los artesanos ceramistas y las familias vinculadas a la producción artesanal, así como los emprendimientos turísticos del municipio, quienes podrán utilizar los resultados para fortalecer su identidad productiva, mejorar su proyección turística y ampliar sus oportunidades económicas.

De manera indirecta, se benefician las autoridades municipales, los programas nacionales vinculados al desarrollo creativo y cultural, las instituciones educativas, los estudiantes y la comunidad en general, ya que el estudio ofrece insumos para la toma de decisiones, fomenta la preservación del patrimonio cultural, impulsa el desarrollo sostenible y contribuye a mejorar la calidad de vida en San Juan de Oriente.

En síntesis, esta investigación es necesaria porque integra la teoría, la metodología y la práctica para proponer soluciones reales y sostenibles, dentro de los planes, estrategias y programas que establece el Estado de Nicaragua. A través del análisis de la identidad cultural ceramista, como recurso innovador, se busca aportar al desarrollo turístico de San Juan de Oriente.

7. Limitaciones

Desde el inicio del proceso de la tesis, el 16 de noviembre, uno de los principales desafíos fue la falta de acceso a una computadora personal. Esto dificultó tanto la redacción continua del documento como la organización adecuada de la información recopilada. Durante este tiempo, fue necesario recurrir a dispositivos alternativos o equipos de terceros, lo que impactó en la eficiencia del proceso investigativo. Afortunadamente, a partir de la fecha actual, se ha logrado disponer de una computadora personal, lo que ha permitido mejorar significativamente el flujo de trabajo y la organización de los datos de la investigación.

Disponibilidad de información actualizada en algunos casos, la información relacionada con el tema, no se encuentra actualizada o centralizada, lo que dificultó su recopilación y validación.

Dificultad de tiempo por responsabilidades laborales debido a que una de las investigadoras desempeña una jornada laboral de lunes a viernes, y en ocasiones también durante los fines de semana, el tiempo disponible para realizar la recolección, análisis y redacción del estudio ha sido limitado. Esto podría haber reducido el ritmo de avance del trabajo investigativo.

El tiempo limitado de los informantes clave constituyó una de las principales limitaciones de la investigación. La realización de entrevistas y consultas con artesanos, autoridades locales y actores del sector turístico se vio condicionada por la disponibilidad de estos participantes, lo que restringió el acceso oportuno a información primaria relevante. Esta situación pudo incidir en la profundidad y amplitud de los datos obtenidos para el desarrollo del estudio.

8. Supuestos básicos

De acuerdo con Hernández Sampieri (2018), Un supuesto de investigación cualitativa es una proposición inicial, flexible y orientadora que el investigador plantea sobre un fenómeno social, basada en el contexto, la teoría y la experiencia, y que guía la recolección y el análisis de la información sin pretender ser comprobada estadísticamente.

Esta investigación se basa en los siguientes supuestos:

- La identidad cultural ceramista de San Juan de Oriente constituye un recurso cultural distintivo que, si se integra estratégicamente en la promoción turística, puede contribuir al fortalecimiento del turismo y al desarrollo local del municipio.
- Las estrategias actuales de promoción turística de San Juan de Oriente integran la identidad cultural ceramista de manera parcial o poco sistematizada, lo que limita su aprovechamiento como elemento diferenciador del destino.
- Los artesanos, visitantes y prestadores de servicios turísticos perciben la identidad cultural ceramista como un elemento valioso y con potencial para innovar la oferta turística, aunque existen diferencias en su valoración y en la forma en que consideran que debe ser aprovechada.
- El diseño de un programa turístico integral basada en la identidad cultural ceramista puede fortalecer la promoción turística y generar beneficios económicos, sociales y culturales para la comunidad local de San Juan de Oriente.

9. Entrada al campo. Definición del contexto de estudio

La entrada al campo se llevó a cabo mediante una visita directa al municipio de San Juan de Oriente, departamento de Masaya, reconocido a nivel nacional e internacional por su tradición artesanal, especialmente en la producción de cerámica. Para el desplazamiento, las investigadoras realizaron un recorrido desde Jinotepe hasta Masaya en transporte colectivo, descendiendo en la rotonda de Catarina, y posteriormente se trasladaron en mototaxi hasta San Juan de Oriente.

Al llegar al municipio, se realizó un recorrido de observación inicial, destacándose la presencia de pinturas y diseños de origen precolombino en las fachadas de las viviendas, lo cual refleja la identidad cultural y artística de la comunidad. Durante este recorrido, se identificó un taller artesanal de cerámica que llamó la atención por la variedad y originalidad de sus piezas.

Se estableció el primer contacto con un trabajador del taller, quien accedió de manera voluntaria a responder algunas preguntas relacionadas con la actividad artesanal. Conforme avanzó la interacción, el trabajador indicó que el propietario del taller podría brindar información más detallada y pertinente para el estudio. De esta manera, se logró el acercamiento con el señor Helio Gutiérrez, reconocido artesano ceramista de San Juan de Oriente, con amplia trayectoria y premios a nivel internacional, quien ha contribuido significativamente al posicionamiento del municipio como referente cultural y turístico.

Este primer acercamiento permitió generar confianza, obtener información preliminar y facilitar el acceso al contexto de estudio, sentando las bases para el desarrollo de la investigación.

10. Mapeo del contexto

El contexto de estudio se desarrolla en el municipio de San Juan de Oriente, departamento de Masaya, una comunidad caracterizada por su fuerte identidad cultural y su economía basada principalmente en la producción artesanal de cerámica. El estudio se enfoca en el entorno de los talleres artesanales, específicamente en la dinámica de trabajo, organización y transmisión del conocimiento ceramista.

San Juan de Oriente es reconocido por la participación activa de artesanos locales que combinan técnicas tradicionales con diseños innovadores, lo que ha permitido su proyección a nivel nacional e internacional. Dentro de este contexto, figuras representativas como el señor Helio Gutiérrez desempeñan un papel fundamental en la preservación de la identidad cultural y en el desarrollo turístico y económico de la comunidad.

Este contexto resulta relevante para la investigación debido a que permite analizar la actividad artesanal no solo como una práctica cultural, sino también como un elemento clave en el desarrollo local y turístico del municipio.

San Juan de Oriente es reconocido a nivel nacional e internacional por su identidad cultural ceramista, la cual constituye el eje central de la actividad turística local.

En este contexto, los actores principales son los artesanos, quienes poseen un alto nivel de importancia al ser portadores del conocimiento ancestral de la cerámica, aportando información sobre los procesos de elaboración, técnicas tradicionales y el significado simbólico de las piezas tanto para la comunidad como para el turismo cultural. Asimismo, los vendedores de artesanía participan como actores clave al brindar información sobre el comportamiento del mercado, las dinámicas de comercialización y la demanda de productos cerámicos.

Entre los actores secundarios se identifican los compradores de artesanía y los turistas, quienes influyen de manera indirecta en la valorización y promoción de la identidad ceramista mediante su interés, consumo y percepción de la cultura local.

El municipio cuenta con diversos recursos turísticos, como paisajes naturales, museos, lagunas y sitios arqueológicos que complementan la oferta cultural; además de infraestructura básica como parques, miradores, iglesia, hospitales y viviendas, que facilitan la actividad turística.

En cuanto a los servicios, dispone de transporte, agua potable, energía eléctrica, telefonía, internet, servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, salud y educación, los cuales respaldan el desarrollo del turismo cultural.

Las relaciones y dinámicas de poder se estructuran a partir de redes de apoyo entre artesanos, comerciantes, instituciones locales y el sector turístico, conformando una superestructura turística que incide en la promoción, preservación y sostenibilidad de la identidad ceramista. Estas interacciones se ven influenciadas por las condiciones socioeconómicas, culturales e institucionales, donde la cerámica no solo representa una fuente de ingresos para la población, sino también un elemento clave para el fortalecimiento de la identidad cultural y el desarrollo turístico local.

11. CAPÍTULO II. PERSPECTIVA TEÓRICA

Este capítulo pretende fundamentar teóricamente la investigación, a partir del análisis de conceptos, enfoques y contribuciones académicas relacionadas con la identidad cultural, la cerámica artesanal y el turismo cultural. A través de esta perspectiva teórica se busca comprender cómo la identidad cultural ceramista se construye, se transmite y se mantiene viva dentro de una comunidad, así como su papel en la dinamización del turismo y el desarrollo local, especialmente en contextos con fuerte arraigo cultural como el municipio de San Juan de Oriente.

Desde un enfoque sociocultural, la identidad cultural es entendida como un proceso dinámico que se configura a partir de prácticas sociales, saberes tradicionales y expresiones simbólicas compartidas por una comunidad. En este contexto, la cerámica artesanal no solo representa una actividad productiva, sino también una manifestación cultural que refleja la historia, los valores, las creencias y la cosmovisión de los pueblos. La revisión de diversos autores permite reconocer que estas expresiones culturales fortalecen el sentido de pertenencia colectiva y contribuyen a la preservación del patrimonio cultural material e inmaterial.

Además, el capítulo aborda la relación entre identidad cultural y turismo, destacando cómo los artesanos en la cerámica, se convierten en un atractivo turístico que genera interés, reconocimiento y oportunidades económicas para las comunidades locales. En el caso de San Juan de Oriente, la tradición ceramista es un elemento clave de identidad que no solo distingue al municipio a nivel nacional e internacional, sino que también sirve como un motor para la promoción turística sostenible.

12. Revisión de literatura

Permite identificar los principales contribuciones teóricas y empíricas relacionadas con la identidad cultural ceramista y su vínculo con el turismo cultural, proporcionando una base sólida para el desarrollo de la presente investigación. Varios estudios coinciden en que la identidad cultural se construye a partir de prácticas sociales, conocimientos tradicionales y expresiones simbólicas que fortalecen el sentido de pertenencia de una comunidad.

Desde el ámbito de la identidad cultural, autores como García Canclini (1990) sostiene que la cultura no es una entidad estática, sino un proceso dinámico que evoluciona con el tiempo, conservando elementos tradicionales mientras se relaciona con contextos modernos. En este sentido, la artesanía juega un rol fundamental como expresión tangible de la identidad colectiva, ya que refleja la historia, valores y cosmovisión de las comunidades.

En cuanto a la cerámica artesanal, diversos estudios latinoamericanos destacan que esta actividad representa no solo un medio económico de subsistencia, sino también un mecanismo intergeneracional para la cultura. La investigación académica en el caso específico de San Juan de Oriente, demuestra que la cerámica constituye el principal elemento de identidad del municipio, diferenciándolo de otros destinos artesanales del país. La tesis desarrollada por González Hodgson (2016) destaca como los diseños, técnicas y simbolismo cerámicos fortalecen la identidad sociocultural y contribuyen al reconocimiento del territorio a nivel nacional e internacional. (Hodgson G. , 2016)

Desde la perspectiva del turismo cultural, la literatura muestra que los destinos que poseen una identidad cultural claramente definida tienden a generar mayor interés turístico. El turismo cultural se basa en la búsqueda de experiencias auténticas, donde el visitante interactúa con las tradiciones, el patrimonio y la vida cotidiana de las comunidades anfitrionas. Según la Organización Mundial del Turismo, este tipo de turismo favorece la valorización del patrimonio cultural y promueve el desarrollo local sostenible. (ONU Turismo, 2025)

Estudios recientes sostienen que la artesanía tradicional funciona como un recurso estratégico para la promoción turística, ya que permite diseñar experiencias que integran al turista a los procesos productivos locales. En San Juan de Oriente, la visita a talleres cerámica, la observación del proceso de producción y la interacción directa con los

artesanos refuerzan la imagen del municipio como destino cultural. Esta dinámica ha sido documentada en plataformas nacionales de promoción turística, donde la cerámica es reconocida como el principal atractivo del “Circuito Creativo” del municipio. (Mapa nacional de turismo, 22)

En resumen, una revisión de la literatura muestra que la identidad cultural ceramista de San Juan de Oriente es un elemento clave para la promoción del turismo cultural, al vincular patrimonio, tradición y desarrollo local. Estos antecedentes confirman la relevancia del estudio y permiten comprender cómo la cultura ceramista se convierte en un recurso turístico que fortalece la visibilidad y el posicionamiento del municipio.

13. Estado del arte

Tesis de licenciatura. Vidarte Zelada, Daniel Bristo, desarrolló la investigación titulada *Intervención del espacio urbano del Paseo Artesanal de la ciudad de Monsefú para revalorizar la artesanía del habitante monsefuano, realizada en 2024*, en la Universidad Señor de Sipán, Perú. El enfoque de la investigación se centró en la revalorización de la artesanía tradicional como elemento identidad y recurso para el fortalecimiento del turismo cultural a través de la intervención del espacio urbano.

Los principales hallazgos mostraron que el trabajo artesanal constituye a un factor estratégico cultural para fortalecer la identidad local y dinamizar la actividad turística. El estudio concluye que la articulación entre identidad artesanal, espacio urbano y turismo mejora la experiencia del visitante y genera impactos positivos en la economía y el desarrollo de la comunidad.

Artículo científico. Suty Segovia, Hernán Isidro, publicó el estudio titulado *Difusión de las prácticas y saberes ancestrales de la cultura guaraní: estudio de caso de la artesanía en barro de Itá, Areguá y Tobatí, desarrollado en 2023*, en la Universidad Nacional de Asunción, Paraguay. Su área de estudio fue la difusión de la artesanía en barro como manifestación de identidad cultural y su proyección en la promoción cultural y turística.

Los resultados indican que la artesanía en barro representa un eje fundamental de identidad cultural y que su difusión mediante plataformas digitales fortalece su visibilidad turística. Se concluye que la integración de los conocimientos ancestrales con estrategias modernas de difusión contribuye a la preservación del patrimonio cultural y al posicionamiento turístico de los territorios artesanales.

Tesis de graduación. Cerda González, María Fernanda; Murillo Dávila, Belkys Denisse y Castillo Arias, Magdiel Abel, desarrollaron la investigación titulada *Desarrollo e implementación de un plan de marketing para potenciar la promoción de productos artesanales de PYMES a través del blog BUSINESS-505 en San Juan de Oriente, realizada en 2024*, en la Universidad Central de Nicaragua. El estudio se centro en el uso del marketing digital como estrategia para fortalecer la promoción de la artesanía local y su vínculo con el turismo.

Los resultados mostraron que la aplicación de estrategias digitales incrementó la visibilidad de las artesanías locales y reforzó la identidad cultural del municipio. El estudio concluye que la promoción basada en la identidad cultural contribuye al desarrollo económico y el fortalecimiento del turismo creativo en San Juan de Oriente.

Tesis de grado. Obando Castro; Rodríguez Pérez y Castrillo Alonso desarrollaron el estudio titulado *Análisis del crecimiento y desarrollo en el sector artesanal alfarero formal en el municipio de San Juan de Oriente durante el período 2020–2021, presentado en 2023*, en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua). El tema de estudio se centró en las variables que influyen en el crecimiento del sector artesanal ceramista y su relación con el turismo local.

Los datos muestran que la artesanía ceramista es el principal eje económico e identitario del municipio y a raíz de la pandemia, los artesanos implementaron estrategias de innovación y comercialización. Se concluye que la identidad cultural ceramista es un recurso clave para fortalecer el turismo local y el desarrollo económico del municipio.

Artículo científico. González Hodgson, Kevin, publicó el estudio titulado *Moldeando identidad en los talleres alfareros de San Juan de Oriente, realizado en 2021*, afiliado a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua). El tema de estudio fue la artesanía ceramista como elemento de identidad cultural y su relación con el turismo cultural del municipio de San Juan de Oriente.

Los resultados evidenciaron que la cerámica constituye a un pilar de identidad y un importante recurso turístico. El autor concluye que el fortalecimiento de la identidad ceramista contribuye a la valorización cultural del territorio y al posicionamiento turístico de San Juan de Oriente como ciudad creativa.

14. Perspectiva teórica asumida

Para comprender la relación entre la identidad cultural ceramista y la promoción del turismo en San Juan de Oriente, este estudio adopta un marco teórico que integra conceptos de teorías de la identidad y el turismo cultural.

En Primer lugar, según la teoría de la identidad cultural, la identidad se entiende como un conjunto dinámico de valores, tradiciones, símbolos y prácticas que articulan el sentido de pertenencia de un grupo. La identidad no es estática: se construye y renegocia constantemente a través de interacciones sociales continuas, comunicaciones compartidas y experiencias se manifiesta en características tangibles e intangibles que expresan la historia y experiencias de una comunidad.

En este sentido, la cerámica en San Juan de Oriente no es solo un producto hecho a mano, sino una expresión profunda de la memoria cultural y de la historia de la comunidad, en la que cada pieza contiene símbolos, técnicas y significados transmitidos de generación en generación, formando un identificador único que distingue a esta comunidad de otras.

Desde la teoría del turismo cultural, el turismo no se basa solo en visitar lugares o paisajes, sino en el deseo de experimentar, comprender y apreciar los elementos culturales que forman parte de ellos y la identidad del destino. El turismo cultural busca, por tanto, experiencia auténtica y significativa que conecten al visitante con la cultural local, tanto material como inmaterial. (Richards, 2018)

Para este estudio, la identidad cultural ceramista se conceptualiza como recurso turístico esencial, ya que no solo representa el patrimonio cultural de San Juan de Oriente, sino que también sirve como un medio para promover una oferta turística basada en experiencias vivenciales: talleres, visitas a talleres tradicionales, interacción con artesanos y participación en procesos productivos. Esta perspectiva reconoce que la identidad cultural puede incidir en las percepciones de autenticidad, la satisfacción de los visitantes y la lealtad turística, todos esos factores son clave en el desarrollo del turismo sostenible.

De esta manera, la presente investigación asume que la promoción del turismo en San Juan de Oriente no puede separarse del fortalecimiento de la identidad ceramista, ya que esta identidad actúa como un recurso cultural que dinamiza la atracción turística, facilita experiencias auténticas a los visitantes y contribuye a la preservación y valorización de la

cultura local. Este enfoque teórico combina perspectivas de identidad con conceptos de turismo y patrimonio, proporcionando una base sólida para analizar cómo la cultura ceramista se convierte en un activo estratégico para el desarrollo turístico de la comunidad.

15. CAPÍTULO III METODOLOGÍA

El presente capítulo tiene como objetivo exponer de manera detallada y ordenada el diseño metodológico que orienta el desarrollo de la investigación titulada La identidad cultural ceramista y su aporte a la promoción del turismo en San Juan de Oriente. En este apartado se describen y fundamentan las decisiones metodológicas adoptadas, las cuales permiten abordar el fenómeno de estudio desde una perspectiva coherente con la naturaleza social, cultural y simbólica del tema investigado.

Este capítulo también se explica el enfoque de investigación asumido, el tipo y diseño del estudio, el contexto donde se desarrollará el trabajo de campo, la selección de los sujetos de estudio y los métodos y técnicas que se emplearán para la recolección de la información. Estos elementos metodológicos se articulan directamente con los objetivos de la investigación y la pregunta central planteada, garantizando la coherencia interna del estudio.

De igual manera, se detallan los procedimientos que se seguirán para el procesamiento y análisis de los datos, así como los criterios de calidad que permitirán asegurar el rigor científico, la validez y la credibilidad de los resultados obtenidos. En conjunto, este capítulo establece la ruta metodológica que guiará el estudio, asegurando que la investigación se desarrolle de forma sistemática, ética y acorde con los lineamientos de la investigación cualitativa.

16. Enfoque cualitativo asumido y su justificación

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, debido a que su propósito principal es comprender e interpretar la identidad cultural ceramista de San Juan de Oriente y analizar su aporte a la promoción del turismo y al desarrollo local, a partir de las experiencias, percepciones y significados que construyen los propios actores sociales.

De acuerdo con Roberto Hernández Sampieri, la investigación cualitativa se centra en el estudio de los fenómenos sociales en su contexto natural, priorizando la comprensión profunda de los significados, valores y prácticas culturales, más que la medición numérica de variables. Este enfoque es relevante para el presente estudio, ya que la identidad cultural ceramista no puede ser entendida únicamente desde datos estadísticos, sino desde la vivencia cotidiana de los artesanos, visitantes y prestadores de servicios turísticos. (Sampiere, 2014).

La elección de este enfoque se justifica porque el problema de investigación está relacionado con aspectos simbólicos, culturales y sociales, como el valor identitario de la cerámica, su significado para la comunidad y su papel en la experiencia turística. Asimismo, el enfoque cualitativo permite analizar de manera directa la información obtenida a través de entrevistas, observación y registros audiovisuales realizados en el contexto natural de San Juan de Oriente.

17. Muestra teórica y sujetos del estudio

La muestra del estudio es de tipo intencional o teórica, característica de la investigación cualitativa, ya que los sujetos fueron seleccionados en función de su relevancia, experiencia y conocimiento del fenómeno estudiado. En este sentido, la selección no responde a criterios estadísticos, sino a la profundidad y riqueza de la información que pueden aportar los participantes.

La muestra está conformada por tres sujetos de investigación: dos artesanos ceramistas y un vendedor de artesanía del municipio de San Juan de Oriente. Los artesanos seleccionados cuentan con una trayectoria significativa en la producción de cerámica tradicional y en la transmisión de saberes culturales. Entre ellos se incluye al artesano Helio Gutiérrez, reconocido dentro de la comunidad por su amplia experiencia en el oficio ceramista, cuya entrevista aporta información valiosa sobre la identidad cultural, los procesos de producción artesanal y la relación existente entre la cerámica y la actividad turística.

Asimismo, se incorpora un vendedor de artesanía, cuya participación permite comprender la dinámica de comercialización de las piezas cerámicas y su vínculo con la promoción del turismo local.

Tabla 1. Criterios de selección de la muestra cualitativa

Cantidad	Sujetos de estudio	Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
3	Artesanos	Ser artesano ceramista activo y residente en el municipio de San Juan de Oriente. Contar con experiencia comprobada en la elaboración de cerámica tradicional. Poseer conocimientos sobre las técnicas ancestrales y el significado cultural de la cerámica local. Participar en la transmisión de saberes culturales, ya sea de forma familiar o comunitaria. Mostrar disposición y consentimiento voluntario para participar en la entrevista.	Artesanos que no se dediquen actualmente a la producción ceramista. Personas dedicadas únicamente a la cerámica industrial o no tradicional. Artesanos que no residan en San Juan de Oriente. Falta de disponibilidad o negativa a participar en la investigación.
3	Vendedores de artesanía	Ser vendedor activo de artesanía ceramista en San Juan de Oriente. Tener experiencia en la comercialización de piezas cerámicas locales.	Vendedores que comercialicen productos no vinculados a la cerámica local. Personas que no ejerzan actualmente

		Mantener contacto frecuente con turistas nacionales o extranjeros. Poseer conocimiento básico sobre el valor cultural y turístico de la cerámica local. Aceptar voluntariamente participar en la entrevista.	la actividad comercial. Vendedores ajenos al contexto cultural del municipio. Negativa a participar o falta de consentimiento informado.
4	Representantes de instituciones estatales	Ser representante de una institución estatal vinculada al ámbito cultural, turístico o artesanal. Tener conocimiento o participación en programas, proyectos o acciones relacionadas con la promoción de la cerámica artesanal o el turismo cultural en San Juan de Oriente. Contar con experiencia en la gestión, promoción o apoyo institucional al sector artesanal o turístico del municipio. Poseer información relevante sobre políticas, estrategias o iniciativas de fortalecimiento de la identidad cultural local.	Funcionarios o representantes institucionales sin vínculo con el sector cultural, artesanal o turístico. Personas que no cuenten con conocimiento directo sobre la cerámica artesanal de San Juan de Oriente. Representantes que no ejerzan funciones relacionadas con el municipio o su promoción cultural.

		Aceptar voluntariamente participar en la entrevista y brindar su consentimiento informado.	Negativa a participar en la investigación o a firmar el consentimiento informado
3	Turistas	Ser turista nacional o extranjero que visite el municipio de San Juan de Oriente. Haber recorrido talleres, tiendas o espacios de comercialización de cerámica local. Mostrar interés por la cerámica artesanal como expresión cultural y atractivo turístico. Aceptar voluntariamente participar en la entrevista y brindar su consentimiento informado.	Turistas que no hayan tenido contacto directo con la cerámica artesanal de San Juan de Oriente. Visitantes que no participen en actividades culturales o turísticas relacionadas con la cerámica local. Personas que se nieguen a participar o no otorguen su consentimiento

Fuente: elaboración propia, 2026

18. Métodos y técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos se emplearán métodos y técnicas propias del enfoque cualitativo. El método principal será el método interpretativo, el cual estará orientado a comprender los significados culturales que los artesanos atribuyen a su trabajo ceramista. A través de este método, se buscará analizar la realidad social y cultural del municipio en su contexto natural, respetando las dinámicas propias de la comunidad y evitando cualquier tipo de intervención que altere sus prácticas tradicionales.

Asimismo, se aplicará el método descriptivo, ya que se pretende detallar de manera precisa las características de la actividad ceramista, los procesos de producción artesanal, los espacios de trabajo y su relación con la actividad turística. Esta descripción se realizará a partir de la observación directa y los testimonios de los actores involucrados, lo que permitirá obtener una visión integral del fenómeno estudiado desde la experiencia de quienes lo viven cotidianamente.

De acuerdo con Hernández Sampieri y Mendoza, el enfoque cualitativo permite comprender la realidad social desde la perspectiva de los sujetos, reconociendo los significados, valores y prácticas que orientan su comportamiento. En este sentido, los métodos cualitativos resultan pertinentes para el estudio de la identidad cultural ceramista, ya que facilitan la interpretación de los elementos simbólicos y culturales que influyen en la preservación de esta actividad artesanal y en su aporte a la promoción del turismo local. (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018).

Tabla 2. Técnicas e instrumentos de investigación

Objetivo específico de investigación	Técnicas	Instrumentos
Identificar los elementos que conforman la identidad cultural del artesano ceramista de San Juan de Oriente.	Entrevista semiestructurada	Guía de entrevista semiestructurada
Describir la historia del oficio ceramista y los procesos de transmisión de los conocimientos tradicionales.	Entrevista semiestructurada	Guía de entrevista semiestructurada
Analizar la relación entre la cerámica tradicional y la promoción del turismo en San Juan de Oriente.	Entrevista semiestructurada	Guía de entrevista semiestructurada
Observar los procesos de elaboración de la cerámica tradicional y el uso de materiales propios del contexto local.	Observación directa	Guía de observación y notas de campo
Documentar los talleres artesanales, piezas cerámicas y espacios culturales del municipio.	Observación directa	Registro fotográfico
Complementar y contrastar la información obtenida mediante la entrevista.	Observación directa	Notas de campo

Fuente: elaboración propia, 2026

19. Métodos y técnicas para el procesamiento de datos y análisis de información

El análisis de la información de la presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con el propósito de comprender en profundidad cómo la identidad cultural ceramista de San Juan de Oriente puede ser empleada de forma innovadora en las estrategias de promoción turística, con el fin de fortalecer el desarrollo local y la valorización del patrimonio cultural del municipio. Una vez concluido el proceso de recolección de datos mediante entrevistas semiestructuradas y revisión documental, la información fue organizada y sistematizada, lo que permitió una lectura detallada y comprensiva de los discursos obtenidos de los artesanos y de las fuentes secundarias consultadas.

Para el análisis de la información se empleó la técnica de análisis temático, basada en el enfoque propuesto por (Braun, 2006) quienes definen esta técnica como un método para identificar, analizar e interpretar patrones o temas significativos dentro de los datos cualitativos. En este sentido, se realizó una lectura reiterada de las entrevistas y documentos, con el objetivo de identificar ideas recurrentes, conceptos clave y significados compartidos relacionados con la identidad cultural ceramista y su vínculo con la promoción del turismo cultural.

A partir de este proceso, se establecieron categorías y subcategorías de análisis, tales como identidad cultural ceramista, valor simbólico de la cerámica, estrategias de promoción turística, innovación cultural y desarrollo local. De manera complementaria, se aplicó la codificación manual de la información, la cual permitió organizar los datos de forma sistemática, facilitando su interpretación y la comparación entre las distintas fuentes analizadas.

Asimismo, como técnica de análisis se incorporó la triangulación de datos, entendida según (Heinz Mack, 1977) como el uso de múltiples fuentes de información para contrastar y validar los hallazgos de una investigación. En este estudio, la triangulación se realizó mediante la comparación de los testimonios de los artesanos entrevistados con la información obtenida de documentos académicos, tesis previas y literatura especializada, lo que permitió fortalecer la coherencia de los resultados y su relación directa con la pregunta central de investigación.

Es importante señalar que la observación no participante fue utilizada exclusivamente como técnica de recolección de datos y no como técnica de análisis; sin embargo, la información obtenida a través de esta técnica sirvió como insumo complementario para enriquecer la interpretación de los resultados durante el proceso analítico. En conjunto, estas técnicas permitieron establecer una relación directa entre los datos analizados y la pregunta de investigación, contribuyendo a una comprensión integral del fenómeno estudiado.

20. Criterios de calidad: credibilidad, confiabilidad, confirmabilidad, transferibilidad y triangulación

La calidad de la investigación se garantizó mediante la aplicación de criterios propios del enfoque cualitativo, siguiendo los planteamientos de (Lincoln, 1985), quienes proponen los criterios de credibilidad, confiabilidad, confirmabilidad y transferibilidad como equivalentes a la validez y confiabilidad en la investigación cuantitativa. Estos criterios permitieron asegurar la rigurosidad metodológica y la solidez de los resultados obtenidos.

La credibilidad se fortaleció a través de la recopilación de información directa de los artesanos del municipio de San Juan de Oriente, quienes son portadores del conocimiento tradicional ceramista y actores fundamentales en la construcción de la identidad cultural local. Asimismo, los instrumentos de recolección de datos, específicamente la guía de entrevistas semiestructuradas, fueron revisados y validados por el tutor de la investigación, garantizando la pertinencia y coherencia de las preguntas formuladas.

La confiabilidad se aseguró mediante la aplicación uniforme de los instrumentos de investigación, utilizando la misma guía de entrevistas para los cuatro artesanos participantes y siguiendo un procedimiento metodológico sistemático durante todo el proceso de recolección y análisis de la información. Además, se mantuvo un registro organizado de los datos obtenidos, lo que permitió un análisis transparente y consistente de los resultados.

En cuanto a la confirmabilidad, los hallazgos del estudio se sustentan en la información proporcionada por los participantes y en la evidencia documental revisada, minimizando la influencia de juicios subjetivos por parte de la investigadora. Las interpretaciones y conclusiones derivan directamente del análisis de los datos, lo que permite verificar que los resultados reflejan fielmente las percepciones y experiencias de los artesanos y el contexto estudiado.

La transferibilidad se evidencia en la posibilidad de que los resultados de la investigación puedan servir como referencia para otros municipios con características socioculturales similares, donde la identidad cultural artesanal constituye un elemento clave para la promoción del turismo cultural y el desarrollo local. Finalmente, la triangulación se aplicó

como criterio de calidad al contrastar la información obtenida a través de entrevistas a artesanos, revisión de documentos académicos y tesis anteriores, lo que permitió validar los hallazgos y fortalecer la credibilidad de los resultados obtenidos.

21. CAPÍTULO IV DISCUSIÓN DE RESULTADOS O HALLAZGOS

Proceso de integración de la identidad ceramista dentro de las actuales estrategias de promoción turística implementadas en San Juan de Oriente como ciudad creativa.

Promoción turística

A partir del proceso de triangulación de la información obtenida mediante entrevistas a artesanos, prestadores de servicios turísticos y turistas, complementada con la observación directa y el análisis documental, se identificó que la identidad cultural ceramista constituye el eje central sobre el cual se articulan las actuales estrategias de promoción turística de San Juan de Oriente.

En primer lugar, los artesanos entrevistados coinciden en que la promoción del turismo se desarrolla a través de múltiples plataformas y mecanismos de difusión que integran directamente la cerámica como elemento distintivo del municipio. Entre las principales estrategias mencionadas se encuentran el uso de redes sociales como Facebook y TikTok, la difusión mediante spots televisivos realizados en talleres locales, y la participación en proyectos impulsados por la Alcaldía Municipal. Asimismo, se destacó el uso del eslogan institucional “Cuna del arte de la cerámica precolombina”, el cual refuerza la identidad histórica y cultural del territorio.

De manera complementaria, los artesanos resaltaron que los talleres abiertos al público funcionan no solo como espacios productivos, sino también como escenarios de promoción activa. En estos espacios, los visitantes pueden observar el proceso de elaboración de la cerámica, lo que convierte la producción artesanal en una experiencia turística en sí misma. Esta integración del proceso productivo dentro de la dinámica turística evidencia una estrategia de promoción basada en la autenticidad y en la valorización del patrimonio cultural. La observación de campo confirma la presencia visible de estos elementos en el territorio, mientras que los documentos institucionales respaldan esta orientación al reconocer a San Juan de Oriente como ciudad creativa y cuna del arte de la cerámica precolombina.

Por su parte, los prestadores de servicios turísticos aportan una visión ampliada del proceso promocional. María Quintana (seudónimo) explicó detalladamente el proceso de transformación del barro materia prima fundamental:

El proceso de transformación del barro en cerámica inicia con su preparación y amasado para eliminar impurezas. Luego se realiza el torneado, donde el artesano da forma a la pieza. Posteriormente, se deja secar parcialmente para proceder al lijado y afinado, corrigiendo detalles e imperfecciones. Una vez seca, la pieza se somete a la cocción en horno, donde el barro adquiere dureza y se convierte en cerámica. Finalmente, puede decorarse y prepararse para su exhibición o comercialización.

Esta descripción pone en evidencia que la promoción no se limita a la venta del producto terminado, sino que incorpora la narrativa del proceso artesanal como parte del atractivo turístico. El visitante no solo adquiere una pieza de cerámica, sino que comprende su elaboración, su significado y su valor cultural.

Además, los prestadores de servicios mencionaron la promoción a través de espacios turísticos como el sendero El Caballito, el mirador y la Plaza San Juan de los Platos, los cuales funcionan como puntos estratégicos de atracción y circulación de visitantes. También destacaron el uso de estrategias tradicionales como el boca a boca, la radio local y la distribución de afiches en carreteras, dirigidos tanto a turistas nacionales como extranjeros. Esto demuestra que la promoción turística combina herramientas modernas y tradicionales, ampliando su alcance y diversificando sus públicos.

Según uno de los prestadores entrevistados Jimena Colin (seudónimo), aproximadamente el 95% de los ingresos económicos del municipio están vinculados a la actividad artesanal. Esta predicción evidencia la estrecha relación entre identidad cultural, economía local y turismo, confirmando que la cerámica no solo cumple una función simbólica, sino que constituye la base económica del territorio.

Esto demuestra que la promoción turística combina herramientas modernas (redes sociales, plataformas digitales) con estrategias comunitarias tradicionales, ampliando su alcance a distintos segmentos de mercado.

La cerámica, por tanto, no funciona de manera aislada, sino integrada en una red de servicios turísticos que incluyen gastronomía, comercio, espacios públicos y atractivos naturales.

Desde la perspectiva de los turistas entrevistados, se constató que el conocimiento del municipio se dio principalmente a través de la televisión, revistas y redes sociales, lo cual confirma la efectividad de los medios de comunicación en la difusión del destino. Asimismo, los turistas coincidieron en señalar que el atractivo más llamativo de San Juan de Oriente es la cerámica, seguida por el mirador. Este reconocimiento externo valida la percepción de los actores locales y confirma que la identidad ceramista efectivamente logra posicionarse como elemento central de la promoción turística.

La triangulación de estas fuentes permite evidenciar que la identidad ceramista se encuentra integrada en distintos niveles del sistema turístico local: en la producción artesanal, en la imagen urbana (murales y rótulos), en la experiencia turística (talleres abiertos y proceso productivo), en los espacios públicos (plaza, sendero y mirador), en los discursos institucionales y en los medios de comunicación. Esta integración no responde únicamente a una estrategia formal planificada, sino que emerge también del compromiso y la participación activa de los actores locales.

Desde el enfoque del turismo cultural, esto es fundamental, ya que indica que la estrategia de promoción basada en la identidad ceramista logra posicionarse de manera efectiva en la mente del visitante.

Además, el hecho de que los turistas identifiquen la cerámica como el principal atractivo demuestra que la promoción no solo informa, sino que logra transmitir significado cultural.

En consecuencia, los resultados muestran que la promoción turística en San Juan de Oriente no se desarrolla de manera aislada o fragmentada, sino que opera como un sistema interrelacionado donde la identidad cultural ceramista actúa como elemento articulador. Esta integración fortalece la coherencia de la imagen del destino y contribuye a consolidar su posicionamiento como ciudad creativa.

Asimismo, se identificó que la promoción turística no se limita a la atracción de visitantes, sino que también cumple una función de reafirmación cultural interna. Al promover la cerámica como símbolo del municipio, se fortalece el sentido de pertenencia y la valoración del patrimonio por parte de la comunidad local.

En este sentido, la promoción turística no se limita a campañas publicitarias formales, sino que se construye desde la práctica cotidiana, desde el trabajo artesanal y desde la apropiación cultural del territorio por parte de sus habitantes.

Esta identidad se manifiesta en distintos niveles: en los talleres, en los murales, en la arquitectura simbólica, en la gastronomía servida en utensilios de barro y en el discurso institucional que posiciona al municipio como “Cuna del arte de la cerámica precolombina”. De esta forma, la cerámica no solo se vende como objeto, sino que se vive como experiencia cultural.

Desde la perspectiva del turismo cultural y creativo, este enfoque permite que el visitante no sea únicamente un consumidor, sino un participante activo del proceso cultural. Observar cómo se elabora una pieza, escuchar la historia del artesano y conocer el significado simbólico de los diseños transforma la visita en una experiencia educativa, estética y emocional.

Un aspecto clave del análisis es que la promoción turística de San Juan de Oriente se construye desde lo auténtico, desde lo que el territorio es y produce. Esto coincide con enfoques contemporáneos del turismo sostenible, que plantean que los destinos deben basarse en su identidad y no en modelos externos impuestos.

En este caso, la cerámica no es un recurso artificialmente creado para el turismo, sino una práctica viva, heredada y resignificada por generaciones. Esta autenticidad fortalece la experiencia del visitante y aumenta la credibilidad del destino.

Además, la promoción desde lo local permite que los beneficios del turismo se queden en la comunidad, fortaleciendo la economía de los artesanos, comerciantes y prestadores de servicios turísticos

Criterio de artesanos, visitantes y prestadores de servicio turísticos sobre el valor de la identidad cultural ceramista como motor de innovación en la oferta turística.

Oferta Turística

De acuerdo con los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a artesanos, prestadores de servicio y turistas, la oferta turística de San Juan de Oriente se centra principalmente en la producción ceramista, tanto en su expresión precolombina como en sus variantes contemporáneas. Los artesanos señalaron que sus talleres forman parte esencial del atractivo del municipio, mientras que los prestadores de servicio destacaron la integración de la cerámica en la gastronomía local mediante el uso de utensilios de barro. Los turistas, por su parte, identificaron la cerámica como el principal motivo de visita.

En este sentido, estos hallazgos coinciden con lo planteado por Hudson (2016), quien sostiene que la identidad ceramista fortalece la oferta turística y constituye el principal elemento diferenciador del municipio. Asimismo, se reafirma lo expuesto por Pavón (2015), quien concluye que la identidad cultural influye positivamente en la dinámica turística local y que su fortalecimiento impulsa el desarrollo del destino.

En este sentido, la oferta turística de San Juan de Oriente no se configura desde elementos externos, sino desde su propio patrimonio cultural, reafirmando que la identidad ceramista es el núcleo estructural del destino.

Innovación Turística

En la categoría de innovación turística, los resultados evidencian que la transformación técnica de la cerámica mediante el uso de acrílicos, nuevas texturas y combinaciones estilísticas ha modificado la percepción del producto artesanal, ampliando su atractivo en mercados nacionales e internacionales. Asimismo, se identificó la incorporación de experiencias vivenciales, donde el turista participa activamente en la elaboración de piezas.

Estos hallazgos se relacionan directamente con lo expuesto por Obando Castro, Rodríguez Pérez y Castrillo Alonso (2022), quienes documentan que, tras la crisis provocada por la pandemia, los artesanos implementaron estrategias de recuperación basadas en

innovación creativa y uso de plataformas digitales para ampliar mercados. Esto demuestra que la innovación no es únicamente estética, sino también estratégica.

Por tanto, en San Juan de Oriente la innovación turística se manifiesta tanto en la evolución técnica de la cerámica como en la diversificación de la experiencia del visitante, alineándose con tendencias contemporáneas del turismo cultural.

Turismo Cultural

Los resultados muestran que el turismo cultural en San Juan de Oriente se encuentra estrechamente vinculado a la herencia indígena y a la continuidad generacional de la tradición ceramista. La observación directa permitió constatar la presencia de iconografía precolombina, talleres familiares y elementos simbólicos que refuerzan la identidad territorial.

Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Navarrete Álvarez (Jamilex, 2021), quien concluye que las artesanías constituyen una manifestación profunda de identidad cultural y un elemento relevante para el desarrollo turístico, aunque persisten desafíos en su valoración económica.

En este sentido, el turismo cultural en San Juan de Oriente no es una actividad superficial, sino una extensión directa de su herencia histórica y cultural.

Identidad Ceramista

Los artesanos expresaron orgullo por mantener viva la herencia cultural. Uno afirmó que su trabajo trasciende fronteras y representa a Nicaragua en otros continentes. La representante institucional indicó que el municipio es reconocido inmediatamente por su cerámica. Los turistas reconocieron la producción artesanal como legado histórico, se evidenció que la identidad ceramista está presente en la vida cotidiana del municipio, en la arquitectura comercial, en los nombres de talleres, en la exposición permanente de piezas y en la actividad constante de producción.

Estos resultados se articulan directamente con lo planteado por Hudson (2016), quien sostiene que la identidad socio-cultural derivada de la producción cerámica es el fundamento del atractivo turístico del municipio.

Asimismo, coinciden con Pavón (2015), quien argumenta que el fortalecimiento de la narrativa cultural y patrimonial impulsa el turismo local.

De esta manera, la identidad ceramista en San Juan de Oriente trasciende su dimensión productiva, convirtiéndose en elemento estructurante del sentido de pertenencia, cohesión social y diferenciación turística.

Propuesta integral de turismo basada en la identidad cultural ceramista para la promoción turística y el desarrollo local de San Juan de Oriente.

A partir de los hallazgos obtenidos, se propone la creación de la siguiente Propuesta integral basada en dos componentes esenciales:

Componente 1. Narrativo y Cultural

Actividad 1. Documentación de los procesos artesanales

Acciones:

1. Documentar la historia ancestral de la cerámica, así como el significado de los símbolos precolombinos.
2. Crear documentales e historias sobre el proceso completo de transformación del barro, para garantizar el legado generacional.
3. Elaborar guías breves o guiones interpretativos que faciliten una explicación estructurada y atractiva.
4. Incorporar señalética cultural en los talleres.

Actividad 2. Formación sobre cultura turística

Acciones:

1. Capacitar a los artesanos en temáticas históricas y de atención al cliente.
2. Realizar talleres con prestadores de servicio turístico local, sobre cómo utilizar el proceso artesanal en su promoción turística.

Componente 2. Experiencial

Actividad 1. Elaboración de artesanías con barro

Acciones:

1. Equipar espacios comunales para la producción ceramista.
2. Ofrecer experiencias prácticas, guiadas por el artesano, en las que el visitante observe el proceso de elaboración, manipule el barro y realice una pieza básica.

La propuesta permite que la identidad cultural ceramista trascienda la venta de productos y se convierta en una experiencia integral donde el visitante observe, aprenda, participe y valore el patrimonio vivo del municipio. De esta manera, se fortalece la promoción turística y se impulsa un modelo de desarrollo local sostenible basado en la autenticidad y la participación comunitaria.

La finalidad es que el turista no solo compre un objeto, sino que comprenda su valor cultural e histórico. Esta experiencia transforma la visita en un recuerdo significativo y fortalece el turismo creativo.

Análisis crítico de los resultados

El análisis de los hallazgos obtenidos en la presente investigación permite establecer una relación directa entre los resultados del trabajo de campo y los fundamentos teóricos y antecedentes revisados. En primer lugar, los datos evidencian que la identidad cultural ceramista constituye el eje estructural de la promoción turística en San Juan de Oriente, lo cual confirma los planteamientos de la teoría del turismo cultural, que sostiene que los destinos con una identidad cultural definida generan experiencias auténticas y diferenciadas para el visitante.

Desde la perspectiva teórica asumida, la identidad cultural es entendida como un proceso dinámico, construido socialmente a través de prácticas, símbolos y saberes transmitidos de generación en generación. En este sentido, los resultados obtenidos demuestran que la cerámica no solo es una actividad económica, sino una manifestación viva del patrimonio cultural del municipio, coincidiendo con lo planteado por González Hodgson (2016), quien afirma que la producción ceramista constituye el fundamento de la identidad sociocultural de San Juan de Oriente.

Asimismo, los hallazgos confirman lo señalado por Pavón (2015), quien concluye que la identidad cultural influye positivamente en la dinámica turística local. En el presente estudio se evidenció que la experiencia turística no se limita a la compra del producto terminado, sino que incluye la observación del proceso artesanal, la explicación del simbolismo de las piezas y la interacción directa con los artesanos, lo cual fortalece el turismo cultural y creativo.

En relación con el estado del arte, los resultados coinciden con Obando Castro, Rodríguez Pérez y Castrillo Alonso (2022), quienes documentaron que la innovación en técnicas y el uso de plataformas digitales fueron estrategias clave para la recuperación económica del sector artesanal tras la pandemia. En esta investigación se constató que la innovación también se manifiesta en la incorporación de nuevas texturas, estilos contemporáneos y experiencias vivenciales, lo que demuestra que la identidad ceramista no es estática, sino que evoluciona sin perder su esencia tradicional.

No obstante, el análisis crítico permite identificar matices importantes. Aunque la identidad cultural ceramista se encuentra integrada en la promoción turística, esta integración no siempre responde a una planificación estratégica formal consolidada, sino que en muchos casos depende del esfuerzo individual de los artesanos y de iniciativas locales. Este aspecto revela una oportunidad de fortalecimiento institucional para sistematizar y estructurar de manera más integral las estrategias de promoción.

En síntesis, los resultados no solo confirman la relevancia de la identidad cultural ceramista como recurso estratégico para la promoción turística, tal como lo plantean los antecedentes y la teoría revisada, sino que amplían la comprensión del fenómeno al evidenciar que su fortaleza radica en la autenticidad y participación comunitaria. Al mismo tiempo, el análisis revela áreas de mejora relacionadas con la planificación estratégica y la sostenibilidad económica. De esta manera, la investigación aporta evidencia empírica que respalda los enfoques teóricos del turismo cultural y creativo, al tiempo que genera insumos concretos para el fortalecimiento del modelo turístico de San Juan de Oriente.

22. CAPITULO V. CONCLUSIONES

Con relación al objetivo 1. Describir el proceso de integración de la identidad ceramista dentro de las actuales estrategias de promoción turística implementadas en San Juan de Oriente como ciudad creativa.

Se concluye que la identidad cultural ceramista se encuentra plenamente integrada en las estrategias actuales de promoción turística de San Juan de Oriente, no solo a nivel discursivo, sino también práctico y territorial. La cerámica se manifiesta en los talleres abiertos al público, en los murales urbanos, en los espacios turísticos como la plaza y el mirador, en el uso de plataformas digitales y en el eslogan institucional que posiciona al municipio como “Cuna del arte de la cerámica precolombina”.

La promoción turística no se construye desde elementos externos, sino desde la propia práctica artesanal, lo que consolida una imagen coherente como ciudad creativa. Esta integración demuestra que la identidad ceramista actúa como eje articulador del sistema turístico local, fortaleciendo el posicionamiento del destino.

Con relación al objetivo 2. Valorar el criterio de artesanos, visitantes y prestadores de servicios turísticos sobre el valor de la identidad cultural ceramista como motor de innovación en la oferta turística.

Se concluye que, según la percepción de los artesanos, visitantes y prestadores de servicios, la identidad cultural ceramista constituye el principal motor de innovación y diferenciación de la oferta turística del municipio. Los actores locales reconocen que la incorporación de nuevas técnicas, estilos contemporáneos, uso de acrílicos y experiencias vivenciales ha permitido ampliar el atractivo del producto artesanal sin perder su esencia tradicional.

Asimismo, los turistas valoran no solo la pieza terminada, sino la experiencia de observar y comprender el proceso de elaboración. Esto evidencia que la innovación no se limita al diseño del producto, sino que también se manifiesta en la forma de presentar y vivir la experiencia ceramista. En consecuencia, la identidad cultural no es estática, sino dinámica, capaz de adaptarse a nuevas demandas del mercado turístico.

Con relación al objetivo 3. Diseñar una propuesta integral de turismo basada en la identidad cultural ceramista para la promoción turística y el desarrollo local de San Juan de Oriente.

Se concluye que el diseño de una propuesta integral de turismo ceramista vivencial responde directamente a las fortalezas identificadas en el territorio. La propuesta de incorporar narrativas históricas en la venta, talleres prácticos donde el visitante participe en el torno y el diseño de rutas ceramistas estructuradas permite transformar la visita en una experiencia cultural significativa.

Esta estrategia no solo fortalece la promoción turística, sino que también contribuye al desarrollo local sostenible, al diversificar ingresos, incrementar la permanencia del visitante y reforzar el sentido de pertenencia comunitaria. Por tanto, la identidad cultural ceramista debe gestionarse estratégicamente como recurso central del modelo de desarrollo turístico del municipio.

23. CAPÍTULO VI. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

24. Cronograma de actividades

Tabla 3. Cronograma de actividades

Nº	Principales actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Selección del tema, antecedentes, contexto, objetivos y preguntas de Investigación															
2	Justificación limitaciones (Las clases de IA) Supuestos básicos Categorías, temas y patrones emergentes de la investigación															
3	Estado del Arte															
4	Perspectiva teórica asumida															
5	Contexto de la investigación															
6	Enfoque cualitativo asumido (Las clases de IA) y su justificación															
7	Muestra teórica y sujetos del estudio															
8	Métodos y técnicas de recolección de datos utilizados															
9	Criterios de calidad aplicados: Credibilidad, confiabilidad, transferibilidad y triangulación															

25. Recursos: humanos, materiales y financieros

Categoría	Detalle	Costo
1.Recolección de datos	Sitio web, videos y artesanos, vendedores y turista	
2. Materiales y recursos	1. Transporte 2. Alimentos	1. C\$ 1,550 2. C\$ 1,820
3. Otros costo	1. Poster 2. Internet	1. C\$ 300 2. C\$ 1,080
Total		C\$ 4,750

26. Referencias bibliográficas

- Bistro, V. Z. (27 de Marzo de 2024). *Intervención del Espacio Urbano del Paseo Artesanal de la ciudad de Monsefú para revalorizar la Artesanía del Poblador Monsefuano*. Tesis monográfica, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Obtenido de repositorio@unprg.edu.pe:
<https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/12967>
- Cerda González , M. F., Murillo Dávila, B. D., & Castillo Arias, M. A. (26 de Noviembre de 2023). *Desarollo e implementación de un plan de marketing para potenciar la promoción de productos artesanales*. Investigación, UCC, Managua. Obtenido de [https://repositorio.ucc.edu.ni/1313/1/BUSINESS%20505%20Empastado%20DIC%20\(1\).pdf](https://repositorio.ucc.edu.ni/1313/1/BUSINESS%20505%20Empastado%20DIC%20(1).pdf)
- Gutiérrez, H., & Carballo, J. B. (29 de Septiembre de 2017). Obtenido de bcn.gob.ni:
<https://www.bcn.gob.ni/node/1007>
- Hernández Sampieri , R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. tesis, Mexico. Obtenido de <https://www.goinvestiga.com/hernandez-sampieri-r-mendoza-c-2018-metodologia-de-la-investigacion-las-rutas-cuantitativa-cualitativa-y-mixta/>
- Hodgson, G. (2016). *Identidad socio-cultural a partir de la producción de diseños cerámicos en san juan de oriente*. Tesis monográfica, Farem-carazo, Masaya. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/16605/1/Gon%202016.pdf>
- Hodgson, K. G. (Febrero de 2017). Moldeando identidad en los talleres alfareros de San Juan de Oriente. *Torreón universitaria*, 6(15), 43-58. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9774629.pdf> sirve
- Hudson, K. (07 de Noviembre de 2016). *Identidad socio cultural a partir de la producción de diseños cerámicos en San Juan de Oriente. Masaya*. Tesis Monográfica, FAREM-CARAZO, Masaya, Managua. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/16605/1/Gon%202016.pdf>
- Jamilex, N. A. (2021). *identidad cultural y turismo en babahoyo*. Estudio, Ecuador. Obtenido de [dspace.utb.edu.ec:](https://dspace.utb.edu.ec/)

<https://dspace.utb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/366660f7-9797-4562-a3fa-016bf4a7a364/content>

mapa nacional de turismo. (24 de abril de 2016-2025). *mapa nacional de turismo*. Obtenido de mapa nacional de turismo: <https://www.mapanicaragua.com/municipio-de-san-juan-de-orientel/>.

Mapa nacional de turismo. (6 de abril de 22). *Mapa nacional de turismo*. Obtenido de <https://www.mapanicaragua.com/circuito-creativo-san-juan-de-orientel/>

Mendoza, J. L. (27 de Julio de 2016). Gestión de riesgo en el patrimonio, caso de estudio Mercado de artesanías de la ciudad de Masaya. *Arquitectura*, 1(1), 13-20. Obtenido de <https://doi.org/10.5377/arquitectura.v1i1.9176>

Obando Castro , B. L., Rodríguez Pérez, K. Z., & Castillo Alonso, T. V. (26 de Junio de 2022). *Ánalysis del crecimiento y desarrollo en el sector artesanal alfarero em en municipio de san juan de oriente*. Investigación, UCC, San Juan de Oriente. Obtenido de <https://repositorio.ucc.edu.ni/1092/1/ALFARERIA.pdf>

ONU Turismo. (2025). *Desarrollo internacional y cooperación*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-cultural>

Pavón, K. C. (11 de Noviembre de 2015). *El trabajo artesanal del barrio en la zona 1 Y 2 de San Juan de Oriente y su comercialización*. Monografía , UNAN-MANAGUA, San Juan de Oriente, Managua. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/10368/12/10368.pdf>

Richards, G. (Septiembre de 2818). turismo cultural una revisión de las investigaciones y tendencias recientes. *revista de gestión hotelera y turística*, 36, 12-21. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677018300755>

Sampiere, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. monografía. Obtenido de https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Sánchez Palacio, K. A., & Cerda Valle, E. L. (Septiembre de 2018). *Elaborar un proyecto a nivel de prefactibilidad para la construcción de un mercado de artesanía en el*

municipio de catarina. Monografía, Catarina. Obtenido de ribuni.uni.edu.ni:
<http://ribuni.uni.edu.ni/2409/1/40090.pdf>

Segovia, H. I. (01 de junio de 2023). Difusión de las practicas y saberes ancestralesde la cultura guaraní en Paraguay estudio de caso de la artesanía en barro. *Científica en ciencia sociales*, 5(1), 44-51. Obtenido de <https://scielo.iics.una.py/pdf/rccsociales/v5n1/2708-0412-rccsociales-5-01-44.pdf>

27. Capítulo VI Anexos o Apéndices

Preguntas semiestructuradas Sede Jinotepe.

Anexo 1 Pregunta a los artesanos

¿Sabe usted cómo se promociona el turismo de San Juan de oriente?

¿Cuál ha sido el aporte de la cerámica a la promoción turística local?

¿Considera usted que su trabajo es valorado dentro de la oferta turística de San Juan de Oriente? ¿Por qué?

¿Cuál es el aspecto más importante de su cerámica para los turistas? ¿Su imagen, su historia, su técnica, su práctica?

A partir de su artesanía ¿qué aportes nuevos podrían realizar ustedes al turismo de San Juan de Oriente?

Anexo 2 Preguntas a los prestadores de servicio

¿Cuál es la estrategia o acciones de promoción turística que se implementa en San Juan de Oriente?

¿Cómo han integrado la identidad ceramista a la promoción turística de San Juan de Oriente?

¿Considera que la actividad ceramista tradicional de San Juan de oriente es un elemento innovador en su oferta turística?

¿Qué elementos de la cerámica se han incorporado a la oferta turística de San Juan de Oriente? ¿imagen, historia, técnica o práctica?

¿Cómo se puede introducir la identidad ceramista para el desarrollo del turismo cultural en San Juan de Oriente?

Anexo 3 Preguntas a los turistas

¿A través de qué medios se dio cuenta de los atractivos turísticos que tiene San Juan de oriente?



Según su apreciación ¿Cuál es el atractivo turístico principal de San Juan de Oriente? ¿Por qué?

¿Cree que la cerámica es un elemento nuevo dentro de la oferta turística de San Juan de Oriente? ¿Por qué?

De la cerámica que usted aprecia en San Juan de Oriente ¿Qué le llama más la atención: imagen, historia, técnica o práctica? Explique

¿Qué les aconsejaría a las autoridades locales para promocionar más las cerámicas como atractivo turístico?

Anexo 4. Galería San Juan de Oriente



Anexo 5: Procesamiento de los datos cualitativos por triangulación (análisis temático)

Matriz de Triangulación (San Juan de Oriente)

Describir el proceso de integración de la identidad ceramista dentro de las actuales estrategias de promoción turística implementadas en San Juan de Oriente como ciudad creativa.

Categoría / Tema	Fuente 1. Entrevistas	Fuente 2. Observación	Fuente 3. Documentos	Triangulación / Síntesis
PROMOCIÓN TURÍSTICA	Los artesanos señalan que la promoción se realiza a través de redes sociales, spots de televisión, murales, talleres abiertos y proyectos municipales (plaza, sendero El Caballito, mirador). Destacan el uso del eslogan “Cuna del arte de la cerámica precolombina”. Los prestadores de servicio indican que la cerámica se promociona mostrando el proceso productivo (torneado, lijado, afinado y exhibición), a través de rutas, gastronomía, boca a boca, afiches, radio y redes sociales. Los turistas afirman que conocieron el municipio por televisión, revistas y redes sociales, y que el principal atractivo es la cerámica y el mirador.	En las visitas de campo se observó señalización turística, rótulos en la entrada del municipio, murales en viviendas, presencia de talleres abiertos al público y espacios como la plaza San Juan de los Platos, el sendero El Caballito y la laguna de Apoyo utilizados como puntos de atracción para los visitantes.	En el Plan Turístico Municipal y documentos del INTUR se plantean como medidas promocionales la realización de ferias culturales, el fortalecimiento de la imagen como ciudad creativa y la difusión del destino en plataformas digitales del INTUR Central.	Coincidencias: Las tres fuentes coinciden en que la cerámica es el principal atractivo y base de la promoción. Complementos: Los artesanos aportan la producción, los prestadores la articulación con servicios y los turistas confirman el impacto real de la promoción. Discrepancias: Se percibe mayor dinamismo desde los actores locales que desde la ejecución institucional.

Valorar el criterio de artesanos, visitantes y prestadores de servicio turísticos sobre el valor de la identidad cultural ceramista como motor de innovación en la oferta turística.

Categoría / Tema	Fuente 1. Entrevistas	Fuente 2. Observación	Fuente 3. Documentos	Triangulación / Síntesis
OFERTA TURÍSTICA	Los artesanos señalaron que su trabajo forma parte esencial de la oferta del municipio, especialmente la cerámica precolombina y la innovación técnica con acrílicos y nuevas texturas. Un artesano expresó que su taller es reconocido internacionalmente y que su técnica ha evolucionado combinando tradición y modernidad. Los prestadores de servicio indicaron que la cerámica es el centro del turismo local, integrándola incluso en la gastronomía (uso de platos y tazas de barro). Los turistas afirmaron que la cerámica no es un elemento nuevo, sino el atractivo histórico principal del destino.	Durante las visitas se constató que la mayoría de viviendas funcionan como talleres artesanales. Existen rótulos visibles en la entrada del municipio identificándolo como pueblo de artesanos. Se observó comercialización directa en talleres familiares, exposición de piezas precolombinas y contemporáneas, uso de cerámica utilitaria en restaurantes locales y presencia del Mirador Turístico El Caballito como complemento paisajístico.	Información oficial del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), San Juan de Oriente es reconocido como uno de los principales destinos artesanales del país. Documentos municipales y reportes turísticos lo describen como parte del circuito creativo del departamento de Masaya, destacando la producción cerámica como eje central de su oferta. También se reconoce la experiencia vivencial en talleres como atractivo turístico.	Coincidencias: Las tres fuentes confirman que la cerámica constituye el núcleo de la oferta turística del municipio. Complementos: La observación demuestra cómo esta oferta se materializa en talleres y gastronomía; los documentos respaldan institucionalmente esa condición. Conclusión temática: La oferta turística de San Juan de Oriente está estructurada alrededor de la identidad ceramista, consolidándola como destino cultural especializado.
INNOVACIÓN TURÍSTICA	Un artesano destacó la incorporación de acrílicos y nuevas técnicas decorativas como aporte innovador que impactó la percepción del turista. INTUR señaló que la innovación radica en ofrecer experiencias vivenciales donde el visitante	Se observó que algunos talleres ofrecen demostraciones del proceso productivo. También se identificó diversidad de estilos: precolombino, contemporáneo y mixto. El uso de colores acrílicos y combinaciones con metal evidencia evolución técnica.	Documentación turística nacional señala que el turismo actual demanda experiencias auténticas y participativas. San Juan de Oriente ha incorporado talleres vivenciales donde el turista puede elaborar su	Coincidencias: La innovación se relaciona con la experiencia directa del visitante y la evolución técnica de la cerámica. Discrepancias: Algunos artesanos perciben poca institucionalización de estas innovaciones. Conclusión

	participa en el proceso de elaboración. Los turistas propusieron crear espacios tipo museo o galerías donde se explique el proceso completo de producción.		propia pieza. Esta práctica coincide con tendencias de turismo creativo promovidas a nivel nacional.	temática: La innovación turística en San Juan de Oriente se manifiesta tanto en la transformación estética de la cerámica como en la oferta de experiencias participativas.
--	--	--	--	---

Diseñar una propuesta integral del turismo basadas en la identidad cultural ceramista para la promoción turística y el desarrollo local de San Juan de Oriente.

Categoría / Tema	Fuente 1. Entrevistas	Fuente 2. Observación	Fuente 3. Documentos	Triangulación / Síntesis
TURISMO CULTURAL	Los prestadores de servicio indicaron que el turismo y la cerámica “van de la mano”. INTUR expresó que San Juan de Oriente es un pueblo de raíces indígenas donde cada casa funciona como taller. Los turistas manifestaron interés en la historia y técnica ancestral.	Se constató la presencia de petrograbados recreados en el sendero El Caballito, tradición de bebidas como la chicha bruja y continuidad generacional en talleres familiares. La identidad cultural está visible en nombres de talleres como “El Gran Jaguar”.	Documentos oficiales describen a San Juan de Oriente como pueblo de tradición precolombina, reconocido por la conservación de técnicas ancestrales. El municipio forma parte de rutas culturales del departamento de Masaya, vinculadas a la herencia indígena y artesanal.	Coincidencias: La identidad ceramista es la base del turismo cultural del municipio. Complementos: La observación evidencia la integración de tradición, paisaje y prácticas comunitarias. Conclusión temática: El turismo cultural en San Juan de Oriente se fundamenta en la continuidad histórica de la cerámica como patrimonio vivo.
IDENTIDAD CERAMISTA	Los artesanos expresaron orgullo por mantener viva la herencia precolombina. Uno destacó que su taller promueve símbolos como el jaguar como deidad ancestral. INTUR afirmó que	Se observó fuerte apropiación simbólica del barro como elemento central del municipio. La mayoría de negocios exhiben piezas con iconografía indígena. La identidad está presente en la	Registros históricos y turísticos reconocen al municipio como heredero de tradiciones indígenas del departamento de Masaya. Es considerado uno de	Coincidencias: Existe consenso absoluto sobre la cerámica como eje identitario. Conclusión temática: La identidad ceramista no es solo actividad económica, sino elemento estructurante del

	"San Juan de Oriente sin la cerámica no sería San Juan de Oriente". Los turistas reconocen la cerámica como legado ancestral.	arquitectura comercial y en el discurso de los habitantes.	los centros cerámicos más importantes del país.	sentido cultural y territorial del municipio.
--	---	--	---	---