

Universidad Técnica Nacional

Sede del Pacífico

Licenciatura en Gestión de Empresas de Hospedajes y Gastronómicas

Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística ubicada en Los Lagos de Arancibia, Cantón Central – Puntarenas, analizada durante el período de Agosto 2015 – Abril 2016

Por:

Mariana Espinoza Quesada

Katia Palacios Avilés

Alexandra Paniagua Ramírez

Acta de Aprobación Del Tribunal Examinador



Universidad Técnica Nacional
Sede del Pacífico
ACTA DE APROBACIÓN

En la ciudad de Puntarenas, a los 15 días del mes de junio del año 2017 al ser las 09:00 Horas, estando presentes en la sede del Pacífico de la Universidad Técnica Nacional, las siguientes personas:

Profesor Tutor: Mba. Indira Chavarría Torres

Profesor Lector: Lic. Jesús Torres Herrera

Representante de la Carrera: Msc. Marvin Campos Montoya

Presidente del Tribunal Examinador: Msc. Dènia Castro Mendoza

En su condición de miembros del Tribunal Evaluador, para evaluar la tesis y optar por el grado de **Licenciatura en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas**, de las estudiantes **Mariana Espinoza Quesada**, cédula de identidad **603860750**, **Katia Palacios Áviles**, cédula de identidad **107690811** y **Alexandra Paniagua Ramírez**, cédula de identidad **603680096**.

Reunido el Tribunal Evaluador las aspirantes, procedieron a defender su tesis "Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística ubica en Los Lagos de Arancibia, Cantón Central -Puntarenas, analizada durante el período de Agosto 2015-Abril 2016".

Concluida la defensa de la tesis, el Tribunal Evaluador consideró que de conformidad con la normativa en la materia, las estudiantes obtuvieron una calificación de 93, cumpliendo con las exigencias requeridas para la aprobación de la tesis y les confiere el grado de **Licenciadas en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas**.

No (X) Si () mención honorífica

Profesor Tutor

Profesor Lector

Profesor de Carrera

Presidente del Tribunal Examinador

Estudiantes:

Mariana Espinoza Quesada,

Katia Palacios Áviles,

Alexandra Paniagua Ramírez,

Central Telefónica: 2660-1700, Ext. 4544
e-mail: dcastro@utn.ac.cr, www.utn.ac.cr

Declaración Jurada

Declaración Jurada

Nosotras, Mariana Espinoza Quesada, Kattia Palacios Avilés y Alexandra Paniagua Ramírez, portadoras de las cédulas de identidad N° 603860750, 107690811 y 603680096 respectivamente, conocedoras de las sanciones legales con que la Ley Penal de la República de Costa Rica castiga el falso testimonio y el Reglamento Disciplinario Estudiantil de la Universidad Técnica Nacional, (UTN).

Declaramos, bajo la fe de juramento, lo siguiente: Que somos estudiantes de la Carrera de Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas en el nivel de Licenciatura de la Universidad Técnica Nacional, (UTN) y como requisito de graduación debemos realizar una investigación aplicada proyecto y exponerla, la cual tiene como tema de investigación: Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística ubicada en Los Lagos de Arancibia, Cantón Central – Puntarenas, Analizada durante el período de Agosto 2015 – Abril 2016. Por lo tanto, manifestamos que este trabajo ha sido elaborado siguiendo las disposiciones exigidas por la Universidad Técnica Nacional, (UTN).

Además, declaramos que, dicha investigación es el resultado de nuestro esfuerzo e investigación en su totalidad y en ella no han participado personas ajenas ni otras organizaciones.

Firmamos en la ciudad de Puntarenas a las 9:00 horas del mes de Junio del 2017.

Mariana Espinoza Quesada

Mariana Espinoza Q.

N° de Cédula: 603860750

Kattia Palacios Avilés

Kattia Palacios

N° de Cédula: 107690811

Alexandra Paniagua Ramírez

Alexandra Paniagua

N° de Cédula: 603680096

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a nuestro señor Dios quién me ha guiado por buen camino, dándome fuerzas para seguir adelante cuando me sentí que iba a desfallecer en los problemas que se nos presentaban, enseñándome a enfrentar las adversidades sin rendirse en el intento. Kattia Palacios Avilés.

Dedico este trabajo a mi familia, quienes me han apoyado siempre y quienes constituyen el tesoro más grande que Dios me ha dado. Alexandra Paniagua Ramírez.

Con todo mi cariño y mi amor para ti mamá Sara, hermana Darleene y José Manuel, que han hecho todo en la vida para yo pueda lograr mis sueños, por motivarme y apoyarme en los momentos difíciles y por siempre en mi corazón les dedico este trabajo a mis abuelos Papitoño (QdDg) y Nana. Mariana Espinoza Quesada.

“Nuestra meta es dejarles a las futuras generaciones un suelo en mejores condiciones que las que tenían cuando lo recibimos.”

Don Luis Ureña.

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios por guiar mi camino, mis padres por enseñarme los valores y principios que practico y vivo, también a mis compañeras Mariana y Kattia por su paciencia y apoyo en los últimos meses. Alexandra Paniagua Ramírez.

Agradezco a Dios y a mi familia por su paciencia y apoyo moral, material y espiritual que me han brindado, además por su comprensión que ha hecho que logrará exitosamente esta meta que me propuse. Mariana Espinoza Quesada.

Primero agradezco a los señores de AMAGRO por darnos la oportunidad de desarrollar nuestra tesis en su comunidad, a nuestros profesores por tratar de enseñarnos y a las demás personas que nos han guiado en el desarrollo de esta tesis. Kattia Palacios Avilés.

Agradecemos al profesor Marvin Campos por su profesionalismo, tolerancia, sus consejos y por la confianza que depositó en nosotras, que de esta manera hizo posible la culminación de este importante logro en nuestras vidas como estudiantes y futuras profesionales. Mariana, Alexandra y Kattia.

Agradecemos a los señores y señoras de la Junta Directiva de la Asociación Mixta Agro Ecoturística (AMAGRO), por darnos la oportunidad de realizar nuestra tesis en su comunidad en donde emplea su proyecto de vida. Mariana, Alexandra y Kattia.

En fin, agradecemos a nuestros amigos, profesores, familiares y compañeros, que nos ayudaron, nos guiaron y nos apoyaron en esta etapa tan exitosa que estamos culminando, para cosechar grandes frutos para nuestro futuro. Mariana, Alexandra y Kattia.

Tabla de Contenidos

Acta de Aprobación del Tribunal Examinador.....	ii
Declaración Jurada.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen Ejecutivo.....	xiii
CAPÍTULO I.....	15
1.1 Antecedentes de la Investigación.....	16
Turismo en Costa Rica	16
Turismo Rural Comunitario	20
Artículo 2.- Objetivos de esta Ley	21
Artículo 3	21
Artículo 4	22
Organizaciones de Turismo Rural Comunitario.....	27
Coopesilencio:.....	27
Reserva Biológica Dúrika:	28
Los Campesinos:.....	29
JAZON:.....	30
1.2 Justificación	31
1.3 Planteamiento del problema.....	33
Tema:	33
1.4 Delimitaciones (alcances límites)	33
1.5 Objetivos.....	34
Objetivo General:.....	34
Objetivos Específicos:.....	34
1.6 Mapa Conceptual	35
CAPÍTULO II.....	36

2.1 Descripción de AMAGRO:.....	37
2.2 Programa Mejoramiento de Calidad de Vida:	40
2.3 Inventario Turístico.....	41
Parcela del Sr. Luis Ureña:	47
Parcela del Sr. Franklin Jiménez:	47
Parcela del Sr. Danilo Benavidez:	47
Parcela del Sr. Federico Miranda:	47
Parcela del Sr. Roberto Benavidez:	47
2.4 Análisis FODA.....	47
Fortalezas:.....	47
Oportunidades:	48
Debilidades:.....	48
Amenazas:.....	48
CAPÍTULO III	49
Marco Teórico	50
3.1 Turismo.....	50
➤ Turismo Individual:	50
➤ Turismo Masivo:.....	50
➤ Turismo Cultural:.....	51
➤ Turismo de Negocios:	51
➤ Turismo Científico:	51
➤ Turismo Activo:	51
➤ Turismo Natural:.....	51
Programa de Mejoramiento de Calidad de Vida	60
Proyectos Turísticos	61
Servicios Turísticos.....	62
Conciencia Ambiental	62
Mejoras en la salud.....	64

Salud:	64
Nuevos proyectos, micro beneficio, biodigestores, biojardineras	65
Trabajo en equipo	66
• Conjunto de personas:	66
• Organización:	66
• Objetivo común:	66
CAPÍTULO IV.....	69
4.1 Enfoque Metodológico o Tipo de Estudio	70
4.1.1 Investigación Descriptiva	70
4.1.2 Metodología Cuantitativa	70
4.1.3 Metodología Cualitativa.....	71
4.2 Sujetos y Fuentes	72
4.2.1 Sujetos.....	72
4.2.2 Fuentes.....	73
4.2.2.1 Fuentes Primarias.....	73
4.2.2.2 Fuentes Secundarias	73
4.3 Técnicas de recolección de información.....	73
4.3.1 Entrevistas	74
4.3.2 Cuestionario.....	74
4.4 Método de muestreo	75
4.4.1 Tipo de muestreo	75
4.4.1.1 Muestreo No Probabilístico	75
4.4.1.2 Muestreo por selección	75
4.5 Universo y Muestra	76
4.5.1 Universo.....	76
4.5.2 Muestra.....	76
4.6 Forma en que se analizarán e interpretarán los resultados	77

4.6.1 Objetivo.....	77
4.6.2 Cuadro de resultados.....	77
4.6.3 Representación gráfica	77
4.6.4 Interpretación	78
4.6.5 Matriz de Variables	78
CAPÍTULO V.....	80
5.1 Interpretación y análisis de resultados	81
Gráfico #1:	81
Gráfico #2:	83
Gráfico #3:	84
Gráfico #4:	85
Gráfico #5:	86
Gráfico #6:	87
Gráfico #7:	88
Gráfico #8:	89
Gráfico #9:	90
Gráfico #10:	91
Gráfico #11:	92
Gráfico #12:	93
Gráfico #13:	94
Resultado de Entrevista a presidente de la Cámara de Turismo.....	95
CAPÍTULO VI.....	96
6.1 Conclusiones y Recomendaciones	97
Objetivo Específico #1	97
Conclusión.....	97

Recomendaciones:.....	98
Objetivo Específico #2	99
Conclusión.....	99
Recomendaciones:.....	100
Objetivo Específico #3	101
Conclusión.....	101
Recomendaciones:.....	102
CAPÍTULO VII.....	104
7.1 Estructura Organizativa.....	107
Perfiles de Puesto.....	110
Gerencia.....	110
Área Operativa:	111
Promoción y Mercadeo:.....	111
Área de Administrativa:.....	111
Gestión Ambiental:	111
Capacitación:.....	112
7.1.1 Desarrollo y fortalecimiento de Capacidades	112
7.2 Estrategia de Comercialización	114
7.2.1 Marca.....	115
7.2.2 Logo.....	115
7.2.3 Eslogan.....	117
7.3 Servicios y Productos:.....	118
7.4 Mejoramiento de Calidad de Vida	120
7.5 Plan de actividades	124
Tour Rural Comunitario AMAGRO	128
Proceso de prestación de servicio (diagrama de flujo).....	133
7.6 Precio.....	134
7.7 Plaza.....	136

7.8 Promoción.....	137
7.8.1 Medio Virtual.....	139
7.8.2 Medios Publicitarios.....	141
7.8.3 Alianzas Estratégicas.....	143
Bibliografía General.....	147
Anexos.....	151
Cuestionario #1 Instituciones Gubernamentales y no Gubernamentales.....	151
Cuestionario #2 Empresarios de Turismo Rural Comunitario.....	152
Cuestionario #3 Tour Operadores.....	153
Entrevista #1 Dirigida a los Miembros de AMAGRO.....	154
Entrevista #2 Cámara de Turismo Rural De Cedral, Miramar.....	155
Carta de aprobación Tutora.....	156
Carta de aprobación Lector.....	157
Carta de aprobación Filóloga.....	158
Tabla 1 Estimación de Turistas en Actividades en CR.....	19
Tabla 2 Organizaciones de Turismo Rural Comunitario.....	27
Tabla 3 Análisis FODA del Turismo Rural Comunitario, CR.....	32
Tabla 4 Instituciones y programas de apoyo, AMAGRO.....	38
Tabla 5 Inventario de Atractivos Naturales de Arancibia y Cedral.....	41
Tabla 6 Inventario de la Infraestructura de Arancibia y Cedral.....	42
Tabla 7 Inventario de Superestructura de Arancibia y Cedral.....	43
Tabla 8 Inventario de Planta Turística de Arancibia y Cedral.....	43
Tabla 9 Lista de Personas Asociadas a AMAGRO.....	44
Tabla 10 Visitas a AMAGRO 2014 - 2015.....	45
Tabla 11 Plan de trabajo de AMAGRO.....	46
Tabla 12 Alianzas con AMAGRO.....	76
Tabla 13 Temas a abordar en el Desarrollo de Capacidades de AMAGRO.....	113

Tabla 14 Productos y Servicios	119
Tabla 15 Cuadro de charlas complementarias del producto de AMAGRO	123
Tabla 16 Plan de Actividades con Productos y Servicios Turísticos	124
Tabla 17 Cronograma de actividades.....	132
Tabla 18 Precios Productos y Servicios AMAGRO	135
Tabla 19 Componentes de estrategia de promoción	138
Tabla 20 Posibles Alianzas Estratégicas para AMAGRO	144
Tabla 21 Fases de implementación.....	145
Ilustración 1 Tasa de Crecimiento	16
Ilustración 2 Llegadas de Turistas.....	17
Ilustración 3 Mapa de Arancibia, Puntarenas	37
Ilustración 4 Ejemplo de Biodigestor	65
Ilustración 5 Componentes Propuestos Para AMAGRO.....	106
Ilustración 6 Estructura Organizativa para AMAGRO	109
Ilustración 7 Modelo de Logo #1	115
Ilustración 8 Modelo de logo #2	116
Ilustración 9 Comunidad de AMAGRO en Facebook	140
Ilustración 10 Brochour para AMAGRO.....	141
Ilustración 11 Folleto Publicitario de AMAGRO	143

Resumen ejecutivo

El siguiente trabajo será desarrollado con el fin presentar una propuesta de desarrollo turístico para la Asociación Mixta Agro Eco turística ubicada en Los Lagos de Arancibia – Puntarenas.

Se analizarán las condiciones tanto geográficas como turísticas de AMAGRO para evaluar la potencialidad de la zona en el turismo rural comunitario.

La zona de Arancibia cuenta con un amplio potencial para desarrollar el turismo, tanto como otras zonas donde el turismo rural comunitario ya se ha desarrollado ampliamente. Ejemplo de ello es Monteverde, con la ventaja de que esta comunidad ha implementado el mejoramiento de calidad de vida.

Este trabajo estará desarrollado en siete capítulos.

En el primer capítulo se abordarán los antecedentes del trabajo, el turismo en Costa Rica, el turismo rural, cómo se ha venido desarrollando a nivel nacional y una breve reseña de comunidades que han implementado el turismo rural comunitario. Se hará la justificación del desarrollo de esta tesis, el planteamiento del problema, el tema, las delimitaciones y los objetivos, tanto el general como los específicos.

En el capítulo dos se plantea el marco referencial, el cual constituye una descripción de AMAGRO, dónde se ubica, cómo y cuándo se constituyó, quiénes son sus representantes, cómo está constituida organizativamente y qué se produce. Además, se desarrollará un FODA de la comunidad.

En el capítulo tres se señala el marco teórico. En este se desarrollarán conceptos relacionados con el turismo en general y especialmente en turismo rural comunitario y proyectos turísticos.

En el capítulo cuatro se desplegará el marco metodológico en el cual se define el tipo de investigación, la metodología empleada y los sujetos, entre otros aspectos.

En el capítulo cinco se efectúa la interpretación y análisis de resultados obtenidos de los cuestionarios y las entrevistas aplicadas.

En el capítulo seis se presentarán las conclusiones y recomendaciones derivadas del análisis de toda la información obtenida.

Por último, en el capítulo siete se plasmará la propuesta para la Asociación Mixta Agro-Ecoturística (AMAGRO), objetivo principal del proyecto que se presenta.

CAPÍTULO

I

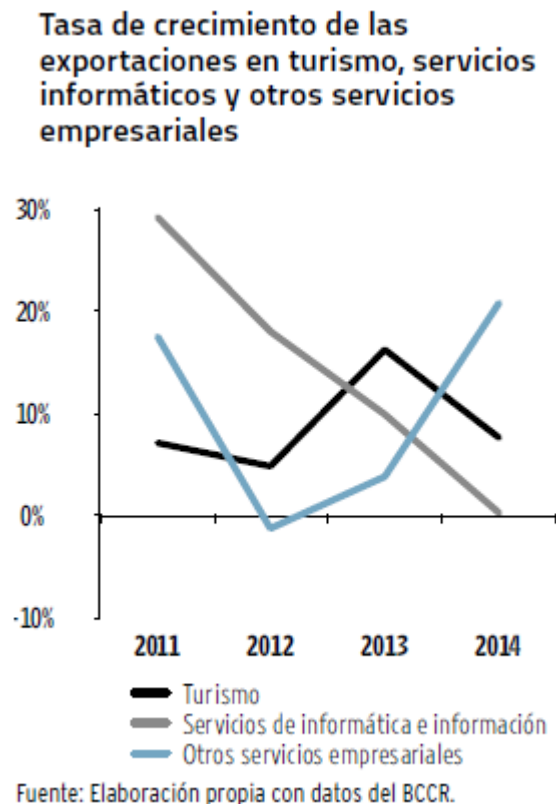
Marco Conceptual

1.1 Antecedentes de la Investigación

Turismo en Costa Rica

Según el último informe del Estado de la Nación, 2014, se analizó al turismo como motor de un grupo de actividades que le generan ingresos a la economía de Costa Rica, cuyos aportes representaron un 41% de las exportaciones totales de servicios y un 5.3% del producto interno bruto (PIB). Este sector se mantiene como el mayor generador de divisas por concepto de servicios, pese a que en el último año su crecimiento disminuyó. La participación del turismo en la economía nacional, está todavía dos puntos porcentuales por debajo de los niveles previos a la crisis de 2009.

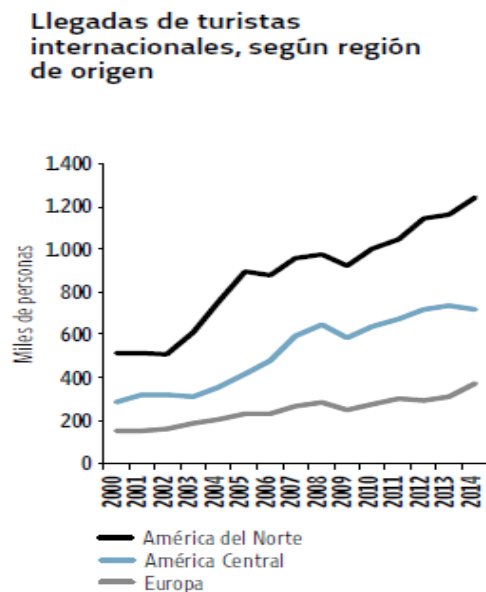
Ilustración 1 Tasa de Crecimiento



La llegada de turistas muestra una tendencia creciente desde hace cinco años, y en 2014 ascendió a 2,5 millones de personas. La mayoría de ellas (49%) provino de Norte América, en especial de Estados Unidos. El mercado centroamericano es el segundo origen más relevante con una entrada superior a 700.000 visitantes. (Arbache, 2016).

Un informe del Instituto Nacional de Aprendizaje indica que, según las estimaciones del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, la actividad empleó a uno de cada 10 trabajadores en el mundo; eso la convierte en el mayor empleador a escala mundial. Se estima adicionalmente, que, por cada empleo creado en la actividad turística, se generan entre cinco y nueve empleos indirectos en otras áreas; incluso para personas con baja preparación, para quienes se incorporan por primera vez al mercado laboral y aquellas personas que requieren horarios flexibles de trabajo. Estas características permiten la generación de empleo en zonas rurales, deprimidas, o donde simplemente existan en realidad pocas oportunidades. (Acuña, 2002).

Ilustración 2 Llegadas de Turistas



Fuente: ICT, 2015.

El mismo informe indica que en Costa Rica, desde 1994, la actividad turística ocupa el primer lugar como generador de divisas y por consiguiente, se da un efecto en la inversión y empleo de otros sectores de la economía. Esta actividad se fundamenta en un producto turístico de naturaleza, dada la gran cantidad de atractivos naturales que posee el país. (Acuña, 2002).

Según las estadísticas del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), se tomaron como años de comparación, del 2009 al 2014, para estudiar el incremento de las actividades turísticas generadas en Costa Rica, conforme las llegadas a los dos aeropuertos internacionales del país: el Juan Santamaría en Alajuela y el Daniel Oduber en Liberia – Guanacaste.

Tabla 1 Estimación de Turistas en Actividades en CR

2009-2014						
Actividades principales (%)	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Sol y playa	75,9	68,1	68,9	71,4	68,4	69,0
Observación de la flora y la fauna	51,3	48,4	42,5	45,5	54,7	47,9
Compras (artesanías, arte, cigarros, licores, café, otros)	46,2	41,4	34,5	36,3	49,9	40,8
Visita a los volcanes	43,0	47,7	39,6	34,9	40,4	38,8
Caminatas por senderos (con o sin guía) [Trekking -Hiking]	46,6	47,7	46,3	37,8	34,4	35,2
Canopy [Zip-line]	36,4	42,4	36,7	33,6	32,6	31,1
Aguas termales	25,3	30,0	27,8	26,7	29,8	29,6
Visita a familiares y amigos	21,7	20,4	18,7	24,3	24,3	23,8
Puentes colgantes	11,8	16,8	13,7	13,6	20,6	21,1
Paseos en bote, [Banana Boat], moto acuática, sky acuático	0,5	0,2	1,3	4,9	22,6	20,9
Snorkel	18,1	13,9	17,4	14,9	17,1	16,5
Surf	19,0	15,8	17,3	17,0	15,4	15,5
Observación de aves con equipo	39,7	37,5	29,5	27,6	19,2	15,3
Cabalgatas o paseos a caballo	14,6	16,5	16,3	14,1	13,7	13,6
Turismo rural comunitario	5,5	7,0	8,4	10,5	20,3	11,6
Visita a clientes, proveedores, reuniones de negocios	9,5	9,8	12,1	7,8	9,5	11,6
Bienestar (tratamientos terapéuticos, algas, sales)	3,6	5,1	4,9	9,8	17,2	10,5
Visita a museos, teatros, galerías	11,6	10,7	9,5	7,4	9,3	10,2
Rápidos de los ríos [rafting]	8,8	11,8	11,1	8,8	8,0	8,9
Observación de delfines y ballenas	1,9	3,1	4,0	4,2	8,1	7,8
Cuadriciclo [ATV]	5,6	7,1	6,1	6,0	7,4	6,3
Luna de Miel	5,7	6,9	5,1	5,3	6,0	5,9
Pesca deportiva	6,2	7,0	5,0	4,6	6,3	5,8

Kayaking en el mar [Sea Kayaking]	4,7	4,7	5,5	4,9	5,9	5,0
Teleférico	3,0	3,0	2,4	3,0	4,6	4,9
Aprendizaje del español	7,1	5,9	5,0	4,6	3,8	4,0
Buceo	5,1	2,5	2,9	2,5	3,7	3,8
Seminarios, congresos, convenciones	3,0	3,5	3,0	2,0	2,7	3,4
Ecoturismo	45,7	49,2	50,0	44,6	65,2	60,2
Aventura	73,1	72,6	68,3	61,2	60,2	61,2
Turismo náutico	77,9	72,4	72,7	69,0	72,8	73,3
Bienestar	28,0	32,7	30,0	38,0	38,1	34,9

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

Los términos del cuadro se interpretan de la siguiente manera:

- Ecoturismo: caminata por senderos (con o sin guías), observación de flora y fauna, observación de aves con equipo, turismo rural comunitario.
- Aventura: Surf, buceo, kayaking, bungee jumping, canopy, puentes colgantes, trekking hiking, rafting
- Turismo Náutico: Sol y playa, surf, buceo, kayaking en el mar, observación de ballenas y delfines, snorkel, pesca deportiva.
- Bienestar: masajes terapéuticos, aguas termales, spa volcánico, algas, sales, tratamientos terapéuticos.

Turismo Rural Comunitario

El turismo rural comunitario, es una de estas iniciativas emergentes que se va constituyendo en una importante herramienta de desarrollo de aquellas comunidades rurales, que cuentan con este potencial y están en capacidad de competir con otros atractivos de alta calidad.

Se articula así: activos, historia, naturaleza, talentos y esperanzas del mundo rural en una receta única en el mundo, imposible de imitar, tan auténtica como propia, como lo describe el artículo 2 de la Ley de Fomento de Turismo Rural Comunitario.

Artículo 2.- Objetivos de esta Ley

Son objetivos de esta Ley los siguientes:

- a) Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica*
- b) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivos, sus valores tradicionales, así como contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.*
- c) Asegurar actividades económicas viables a largo plazo que reporten beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos, así como servicios sociales para las comunidades anfitrionas, que contribuyan a reducir la pobreza.*
- d) Promover que el turismo rural comunitario tenga un alto grado de satisfacción entre los turistas que este represente para ellos una experiencia significativa, los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente prácticas turísticas sostenibles". (Ley Fomento del Turismo Rural Comunitario, Asamblea Legislativa de Costa Rica, 01 de octubre del 2009, Art. #2, Paginas 1 y 2.*

Así mismo se puede notar en el artículo tres de la ley de fomento del turismo rural comunitario que indica lo siguiente:

Artículo 3.- *Declárese de interés público el turismo rural comunitario como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo de las*

comunidades rurales del territorio nacional. El turismo rural comunitario es una actividad prioritaria dentro de las políticas del Estado, por lo que se autoriza a las instituciones de la Administración Pública, los entes estatales y no estatales, las empresas públicas y las municipalidades a impulsar actividades de apoyo para su desarrollo”.

En relación con las actividades de turismo rural comunitario, se menciona en el artículo 4 lo siguiente.

Artículo 4. Actividades de turismo rural comunitario

El turismo rural comunitario es una actividad apoyada por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), de experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrollado por las agrupaciones reconocidas en esta ley.

Son actividades de turismo rural las siguientes:

- a) Posadas de turismo rural: tipo de establecimiento con mínimo de tres habitaciones, dotadas de baño privado, que pueda ofrecer los servicios de alimentación y se encuentre localizado en un entorno rural definido por ICT.
- b) (...) servicios de alimentación y de bebidas: restaurantes rurales, fondas, sodas de comidas locales y servicios de comidas criollas a domicilio.

Ese es el turismo rural comunitario: un inimitable producto turístico, una importante herramienta de desarrollo de las comunidades, y de fortalecimiento de la identidad costarricense.

El turismo es un sector dinámico y generador de desarrollo. Específicamente, el turismo rural comunitario (TRC), orientado a promover actividades turísticas con participación local, es un segmento nuevo que está creciendo día con día y presenta características muy positivas, contrapuestas a los ya conocidos problemas

provocados por el desarrollo del turismo tradicional. (Instituto Costarricense de Turismo, 2016).

Marvin Blanco, especialista en agroindustria y agroturismo en el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), con sede en Costa Rica, refiriéndose a Costa Rica, argumenta que "todavía la oferta de turismo rural comunitario no es un concepto bien posicionado, no hay estadísticas del sector sobre número de establecimientos, visitas o ingresos, lo cual dificulta realizar una evaluación de su desempeño e impacto sobre las familias emprendedoras y las economías de las comunidades receptoras". (Blanco, 2008).

Por otra parte, existe la Ley de Fomento al Turismo Rural Comunitario, que ha declarado de interés público esa modalidad turística y permite a las instituciones estatales participar en el apoyo y sostén de estas. Además, existe la Cámara Nacional de Turismo Rural Comunitario, que agrupa cerca de 70 empresas y asociaciones.

Para alcanzar un mayor nivel de desarrollo en este sentido y el aumento en la explotación, Blanco insiste en que sería necesario "posicionar la oferta del sector, lograr más apoyo institucional y la cooperación internacional. Hacen falta programas específicos de capacitación, asistencia técnica, financiamiento e investigación". (Roig, 2014).

En el 2004 se creó la Alianza de Organizaciones para el Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario, la cual se ha propuesto para fortalecer este sector del turismo, como una de las principales actividades turísticas a nivel nacional y consolidarlo como instrumento para generar desarrollo sostenible con equidad y una alta participación de inversión local.

Como parte de las acciones de incidencia política de la Alianza y Canturural, el Turismo Rural Comunitario ha obtenido una serie de logros importantes en los últimos 5 años que se describen a continuación:

- ✚ La definición y caracterización del turismo rural comunitario como producto turístico nacional.
- ✚ La declaración del turismo rural comunitario como el cuarto macro producto a desarrollar y promocionar por parte del Instituto Costarricense de Turismo (ICT).
- ✚ La incorporación del Turismo rural comunitario en el Plan Nacional de desarrollo Turístico del ICT.
- ✚ La incorporación de la imagen del país en el mercado nacional principalmente.
- ✚ La aprobación del decreto N°33536-MP-TUR que se declara de interés público el TRC, publicado el 17 de enero del 2017 y suscrito por el Ministerio de Turismo, el Ministerio de la Presidencia de la República y la Presidencia de la República.
- ✚ La aprobación del decreto de posadas Rurales N°34717-MEIC-TUR, cuyo principal aporte es que elimina el obstáculo de las 10 habitaciones para obtener declaratoria turística y se reduce su número a 3.
- ✚ La consecución de la póliza de responsabilidad civil colectiva por parte del Instituto Nacional de Seguros (INS) para las comunidades que desarrollan productos turísticos.
- ✚ La organización y planificación de nueve ferias de TRC en el país.
- ✚ La edición de tres guías para la promoción del TRC.
- ✚ La promoción de la ley de Fomento de TRC.
- ✚ La organización del foro sobre la ley para el fomento del TRC.
- ✚ Constitución de la Cámara Nacional de Turismo Rural Comunitario: Canturural.
- ✚ Organización del foro de planes reguladores en zonas costeras (Sergio Salazar Arguedas, 2012)

Para ello, la Alianza se ha planteado generar condiciones en el ámbito público-privado, que impulsen la inversión local y el desarrollo de un producto turístico innovador y competitivo, para convertir el turismo rural comunitario en un instrumento de desarrollo local sostenible.

Este tipo de turismo permite integrar las riquezas naturales, la vida cotidiana de la comunidad rural y la dinámica propia de las actividades agropecuarias, en un producto atractivo para el mercado turístico nacional e internacional.

Se orienta al turista interesado en conocer y disfrutar la vida del campo, por ejemplo, cabalgatas, caminatas, agro-actividades, conocimiento de métodos alternativos de producción, pesca de agua dulce, fiestas patronales y turnos; sin descartar otras posibilidades accesibles en la zona como el turismo de aventura, la naturaleza, el sol y la playa y la práctica de actividades deportivas.

A diferencia del turismo rural, ofrecido por otros países, las empresas de turismo rural comunitario en Costa Rica, por su dinámica comunitaria y la escala de su actividad, para articular un producto turístico, requieren de la participación de varias familias o de la comunidad en su conjunto.

La principal diferencia entre turismo rural y turismo rural comunitario es que esta actividad económica es planificada por la organización comunal y son los residentes de las comunidades quienes participan en forma directa en la gestión de los emprendimientos y en sus beneficios. (Criss, 2012).

Promover el turismo rural comunitario es de vital importancia por la labor sostenible que se realiza de manera colectiva en un territorio determinado y constituye una alternativa viable para el desarrollo local; genera valores, principalmente de responsabilidad social y ambiental, los cuales son necesarios de fomentar, tanto a nivel mundial como nacional. (Instituto Costarricense de Turismo, 2010)

En Costa Rica, se ha incentivado este tipo de turismo. El 24 de enero del 2007, entró en vigencia el Decreto Ejecutivo número 33536; su artículo número uno (1) dice lo siguiente: “Se declara de interés público el turismo rural comunitario y se autoriza a las Instituciones del Estado para colaborar en el desarrollo de esta actividad, integrando en sus planes operativos la misma y destinando los recursos necesarios de acuerdo con sus posibilidades presupuestarias y normativa legal correspondiente”. Posteriormente, se ha hecho por medio de la Ley N° 8724 para el

fomento del turismo rural comunitario, aprobada del 17 de julio del 2009, cuyo objeto es el fomento de la actividad turística de tipo rural comunitario por medio del impulso de empresas de base familiar y comunitaria, con el fin de que los habitantes de las comunidades rurales participen en la planificación, el desarrollo y el aprovechamiento de los recursos de su entorno, de manera sostenible, que les permita una mejor condición de vida.

El turismo rural comunitario en Costa Rica se ha desarrollado fundamentalmente desde las organizaciones de base comunitaria, con el apoyo financiero y técnico de organismos de cooperación nacional, internacional y organizaciones no gubernamentales. (ObturCaribe et al, 2012).

Dentro de las organizaciones internacionales se pueden citar: Fundación CODESPA, con sede en Quito, Ecuador, de cooperación internacional al desarrollo, cuyo presidente de honor es S.A.R. el Príncipe de Asturias; Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), parte del Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), es el mayor proveedor de asistencia técnica para el desarrollo del sector privado en América Latina y el Caribe; Fundación REPSOL, fundación de responsabilidad social de la empresa REPSOL; Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), organismo especializado en agricultura del Sistema Interamericano integrada por representantes de sus 34 países miembros, entre otras. Este tipo de inversiones surge a partir de la necesidad de generar alternativas económicas en respuesta al agotamiento del modelo agrícola y pesquero; por parte de los organismos de cooperación se vio como una oportunidad de desarrollar medios de vida sostenibles y reducir la presión directa sobre los recursos naturales. A nivel nacional, el sector se articula en las principales redes: la Red Cooprena R.L. y la Asociación Comunitaria de Turismo Rural (ACTUAR), CANTURURAL, quienes desarrollan programas de apoyo y promoción dirigidos a las asociaciones y cooperativas socias. (PNUD/ ICT. PRODOC, 2005).

Organizaciones de Turismo Rural Comunitario

Tabla 2 Organizaciones de Turismo Rural Comunitario

Nombre	Inicio	Miembros	Hoy	Miembros
Organización Coopesilencio	Febrero 1973	42 familias	2015	80 familias
Reserva Biológica Dúrika	Fundada en 1989, abierta al público 1994	50 miembros	2015	10 miembros, por cambio de la administración.
Organización Los Campesinos	Tras el paso del huracán César Marzo 1997	16 familias	2015	28 familias
Organización Jazón	Fundada en los años 90; inicio en el 2000	120 Jóvenes emprendedores	2015	247 Jóvenes emprendedores

Fuente: elaboración propia a partir de Coopesilencio, Reserva Biológica Dúrika, Los Campesinos y Jazón.

Coopesilencio:

Cooperativa agrícola autogestionaria, dedicada a la producción de palma aceitera, granos básicos, reforestación, ganadería y protección del entorno ecológico. Se ubica en el Pacífico Central, cerca del Parque Nacional Manuel Antonio, la Cuenca del Río Savegre, Playa Dominical, El Rey y Matapalo.

Coopesilencio RL se fundó el 20 de enero del 1973. Desde entonces, Coopesilencio ha crecido significativamente, con más de 80 familias (aproximadamente 500 personas) que se benefician de servicios tales como la educación para todas las edades, un supermercado y una cafetería, oficinas y diversos proyectos agrícolas y de conservación ecológica. (Coopesilencio, 2015).

Entre las actividades y servicios que ofrece, se puede destacar:

- ✓ Alojamiento para 45 personas máximo.
- ✓ Restaurante y Bar.
- ✓ Centro de capacitación y educación ambiental.
- ✓ Senderos dentro de la reserva de 150 hectáreas.
- ✓ Cabalgatas.
- ✓ Visitas guiadas al bosque, comunidad, plantaciones de palma, lechería y huertas.
- ✓ Tour a las pozas y cascadas.
- ✓ Centro de Rescate de la Vida Silvestre para la protección, cuidado y liberación de fauna.

Reserva Biológica Dúrika:

Está conformada por un grupo de profesionales costarricenses, fundada en 1989 por la Asociación de Desarrollo Agrícola y Cultural Dúrika. Con el tiempo y debido a necesidades legales, la asociación se transforma en la organización actual, denominada Fundación Pro Conservación de la Reserva Biológica Dúrika, conocida localmente como “Fundación Dúrika”.

La comunidad se inició originalmente con 50 miembros; actualmente la comunidad cuenta con más de 100 miembros de diferentes nacionalidades. Un promedio de 30 personas reside permanentemente en la comunidad. Otros miembros desarrollan diversas actividades a favor de la comunidad, desde diferentes partes de Costa Rica y el mundo. Este dinámico grupo de individuos está conformado por profesionales en diversas disciplinas, los cuales decidieron crear una comunidad autosuficiente, en una zona remota- Optaron por la zona de Buenos Aires por diferentes razones: la primera fue la existencia de los últimos pobladores de indígenas Cabécar y Bribrí; segunda, que esta área presentaba todas las características idóneas para hacer de este proyecto todo un reto y un desafío a los ideales de conservación y protección. Cuando el grupo se formó en 1989, un riguroso programa de entrenamiento fue desarrollado; durante este período, los miembros vivieron juntos y recibieron

entrenamiento en diferentes campos, tales como: sobrevivencia y orientación en la montaña, primero auxilios, alimentación, meditación, yoga, gimnasia, caminatas y otros. Además, aprendieron labores básicas como coser, hornear, construcción, y muchas otras actividades propias de la vida en el campo. (Reserva Biológica Dúrika, 2015).

Ofrece actividades tales como:

- ✓ Visita a los proyectos aledaños a la comunidad (caminata).
- ✓ Visita a un bosque primario y secundario (caminata).
- ✓ Visita a la catarata y al proyecto hidroeléctrico (caminata).
- ✓ Visita al bananal y a la represa (caminata).
- ✓ Visita al Bosque de Robles (caminata).
- ✓ Senderos de montaña (caminata).
- ✓ División continental en el Cerro Arbolado (caminata).
- ✓ Cerro Dúrika (caminata).
- ✓ Yoga, ejercicios de relajación.
- ✓ Visita a las reservas indígenas aledañas.
- ✓ Charlas de diversos temas como: biodiversidad, agricultura orgánica, plantas medicinales, fabricación de quesos, fabricación de jabones, entre otros.

Los Campesinos:

La reserva Los Campesinos se encuentra ubicada en la cuenca del Río Savegre en el Pacífico Central. Los habitantes de la comunidad Quebrada Arroyo son los protectores de la reserva Los Campesinos.

Este proyecto nace con el fin de conservar la tierra y los recursos que en la zona se encuentran. En 1997, con el paso del Huracán César los caminos de Quebrada Arroyo se destruyeron y la comunidad quedó incomunicada de Quepos y Santo Domingo de Aguirre. Este evento impactó a los residentes, haciendo que algunos de ellos migraran a otros sitios en busca de trabajo; quedaron solo 16 familias en la zona. (Los Campesinos, 2015).

Dentro de las actividades destacadas en Los Campesinos, se pueden encontrar.

- ✓ Hospedaje para un aproximado de 20 personas.
- ✓ Comida típica en cocina de leña.
- ✓ Senderos, puente colgante y mirador en la reserva.
- ✓ Cabalgatas y caminatas guiadas.
- ✓ Visitas a fincas en producción sostenible.
- ✓ Rafting en el Río Savegre.

JAZON:

La Asociación de Jóvenes Agro Ecologistas de la Zona Norte, (JAZON), es una asociación sin fines de lucro, al servicio desde enero del año 2000. Ejecuta acciones para mejorar las condiciones de vida de los jóvenes y de las familias en las zonas rurales de la zona norte. La sede de JAZON está ubicada en Valle Azul de San Ramón, pero su ámbito de acción incluye todos los municipios de la Zona Norte de Costa Rica. (JAZON, 2015).

Dentro de sus actividades de un día se puede destacar las siguientes:

- ✓ Granja de mariposas en Caño Negro.
- ✓ Caño Negro en bote.
- ✓ Caminata en Río Celeste.
- ✓ Día Agrícola en San Marcos.
- ✓ Pozo Verde, Caminata.
- ✓ Cabalgata, La Fortuna.
- ✓ Finca integral de plantas medicinales.
- ✓ Reservas de ranas.
- ✓ Lago Jalapa en bote.

De esta forma se puedan tomar como ejemplo, las iniciativas de universidades destacadas en este ámbito, como lo es el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) el cual ha realizado estudios con el propósito de conocer el estado actual y de desarrollo del turismo rural comunitario en Costa Rica, de modo que contribuyan a la elaboración de propuestas y proyectos dirigidos

a promover este tipo de turismo, como estrategia de desarrollo para las comunidades rurales del país.

En la Universidad EARTH, con su innovador modelo educativo, contribuyen con el desarrollo sostenible comunitario. Según sus datos, en 2011, más de 1.900 personas de las comunidades aledañas a EARTH fueron beneficiadas por el Programa de Desarrollo Comunitario de la Institución, el cual incluye un curso donde los estudiantes trabajan con pequeños productores en sus fincas y con algunos grupos organizados, para promover el desarrollo comunitario sostenible. Se indica además, que la Universidad ha instalado más de 500 biodigestores para ayudar a los productores a convertir el estiércol y otros desechos orgánicos en gas metano, que puede ser usado para cocinar. (EARTH, 2015).

1.2 Justificación

Al conocer importantes proyectos de turismo rural comunitario, desarrollados en Costa Rica, se crea una idea más amplia de lo que se puede implementar en la comunidad AMAGRO, Arancibia de Puntarenas. Se hace uso de los atractivos naturales como un producto turístico.

En la parte alta de la zona de Miramar de Puntarenas, existe un gran potencial de desarrollo turístico, por las características naturales y climatológicas existentes. El presente objeto de estudio se ubica en el distrito de Arancibia, específicamente el asentamiento Los Lagos. Se considera una alternativa probable para realizar un proyecto turístico rural comunitario, en donde se muestre el ambiente rural de la zona y las actividades propias que se realizan. Se trata de fomentar el mejoramiento de calidad de vida como una forma de ser de la comunidad; de esta manera, se puede inculcar en los visitantes esta importante filosofía, la cual forma parte de los integrantes de AMAGRO. (Instituto Costarricense de Turismo, 2009)

Esta propuesta es una oportunidad que pretende convertirse en una alternativa para la generación de recursos económicos en la comunidad; se pretende ayudar a la

población a mejorar, promover, ampliar y comercializar los productos existentes operados de manera sostenible, transformándolos en un servicio y/o producto turístico. De esta forma, se pueden obtener beneficios que fortalezcan el mejoramiento de calidad de vida de la comunidad.

El proyecto da fortalecimiento para promover la investigación del turismo rural comunitario, conociendo con profundidad los beneficios e impactos que generan a las comunidades y a los turistas; se puede evidenciar la viabilidad de este tipo de proyectos. Asimismo, con la recolección de datos utilizados para la realización de inventarios en la zona, se podrá fomentar su estudio e interés científico, pues existe un hábitat ideal para distintas especies de flora y fauna.

A continuación, se presenta un análisis FODA del Turismo Rural Comunitario (TRC), en donde se reflejan variables que presenta este tipo de turismo.

Tabla 3 Análisis FODA del Turismo Rural Comunitario, CR

Fortalezas	Oportunidad	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Presenta atractivos turísticos naturales. ❖ Prestación de servicios nativos (lechería, agricultura orgánica, ganadería, acuicultura, entre otros). ❖ Potencialidad del patrimonio natural y cultural de la zona turística rural. ❖ Fomento de la conservación de los ecosistemas y medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Existencia de esquemas de certificación ambiental (CST, Bandera Azul Ecológica, Programas de voluntariado, otros). ❖ Apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales hacia proyectos de turismo rural comunitario (ICT, JICA, ACTUAR, INA, UCR, UTN, CATIE, entre otros). ❖ Marca país Esencial, promoción del país 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Desplazamiento de mano de obra calificada en busca de empleos en zonas urbanas (nuevas generaciones). ❖ Bajos niveles de escolaridad de adultos que residen en las zonas rurales. ❖ Ausencia de estudios e información turística de la zona. ❖ Las actividades económicas dependen de la calidad y del 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Presencia de fenómenos meteorológicos (el Niño y Niña). ❖ Recesión económica mundial, perjudica en el aumento de turistas y divisas para el país. ❖ Riesgo de pérdida de identidad en la zona; es posible una aculturación al tener muchos visitantes extranjeros en un

❖ Programas de mejoramiento de calidad de vida en proyectos turísticos en una zona rural.	hacia nuevos tipos de turismo, como lo es el rural comunitario.	estado de conservación de los hábitats, especies y paisajes del lugar.	período muy prolongado de estadía.
---	---	--	------------------------------------

Fuente: Elaboración propia, a partir de varios documentos estudiados.

1.3 Planteamiento del problema

¿Cuáles son las potencialidades con las que cuenta la asociación AMAGRO, para diseñar un proyecto de turismo rural comunitario en su localidad?

Tema:

Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística ubicado en Los Lagos de Arancibia, Cantón Central – Puntarenas, Analizada durante el período de Abril 2015 – Agosto 2016.

1.4 Delimitaciones (alcances límites)

Las limitaciones detectadas en la investigación son las siguientes:

1. Disponibilidad para trasladarse a donde se encuentra la asociación, ya que ninguna de las estudiantes cuenta con un medio de transporte que las pueda llevar al lugar, presentando así que los autobuses llegan hasta la zona de Cedral y no a Arancibia.
2. Falta de disponibilidad de las estudiantes para visitar el lugar donde se realiza la investigación, por motivos de estudio y trabajo.
3. No se obtiene un formato de guía establecido para realizar la investigación, por lo que se genera criterios distintos entre coordinadores, tutores y estudiantes.

1.5 Objetivos

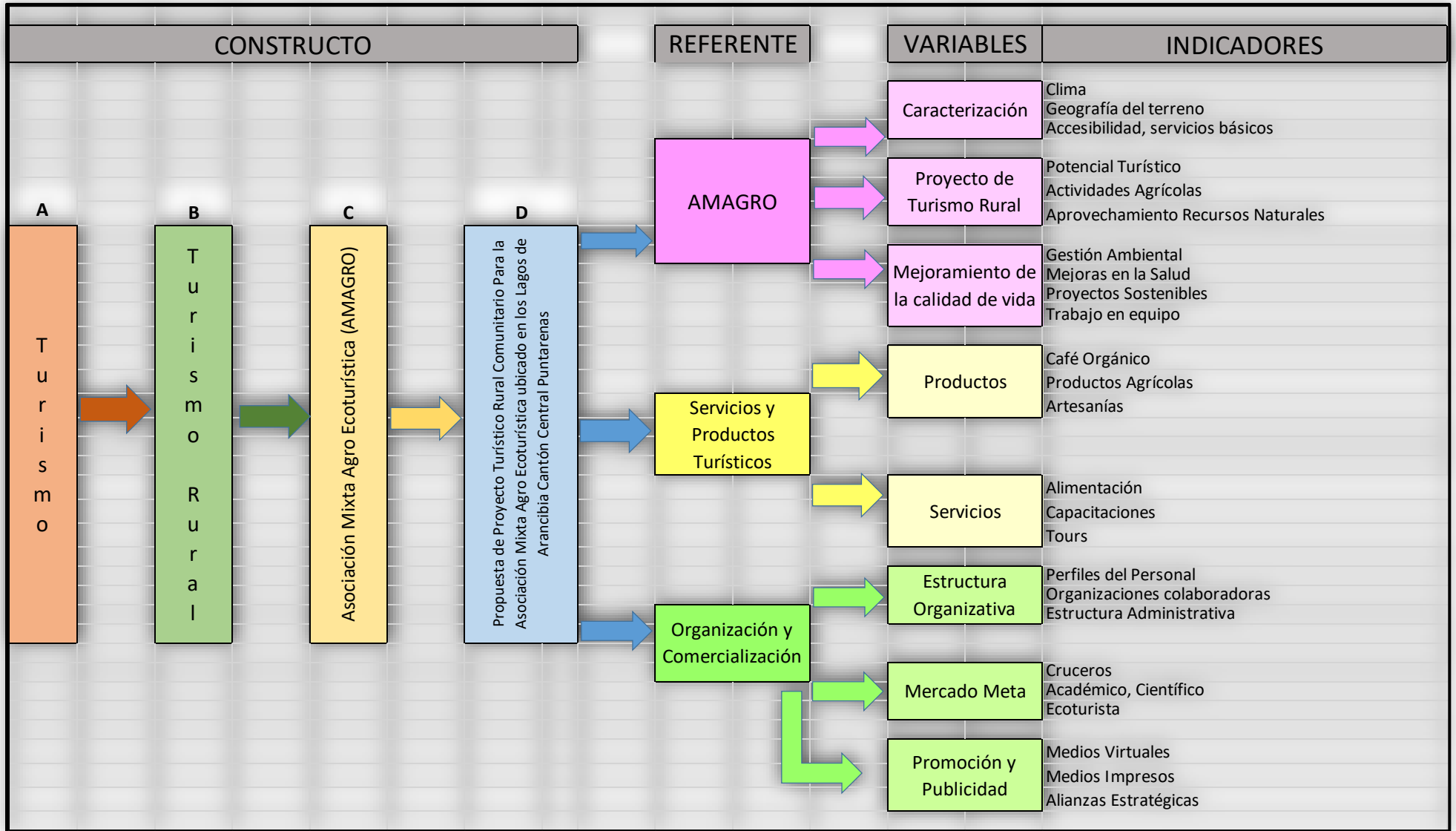
Objetivo General:

Diseñar un proyecto de turismo rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística, ubicado en Los Lagos de Arancibia – Puntarenas, que constituya una alternativa para la generación de recursos económicos en la comunidad.

Objetivos Específicos:

1. Analizar las condiciones existentes en el territorio de AMAGRO para la incorporación del turismo rural comunitario en la zona.
2. Establecer la oferta turística que constituya una alternativa para la generación de recursos económicos en la comunidad.
3. Elaborar una estrategia de comercialización y un estudio organizacional del proyecto por desarrollar en AMAGRO.

1.6 Mapa Conceptual



CAPÍTULO

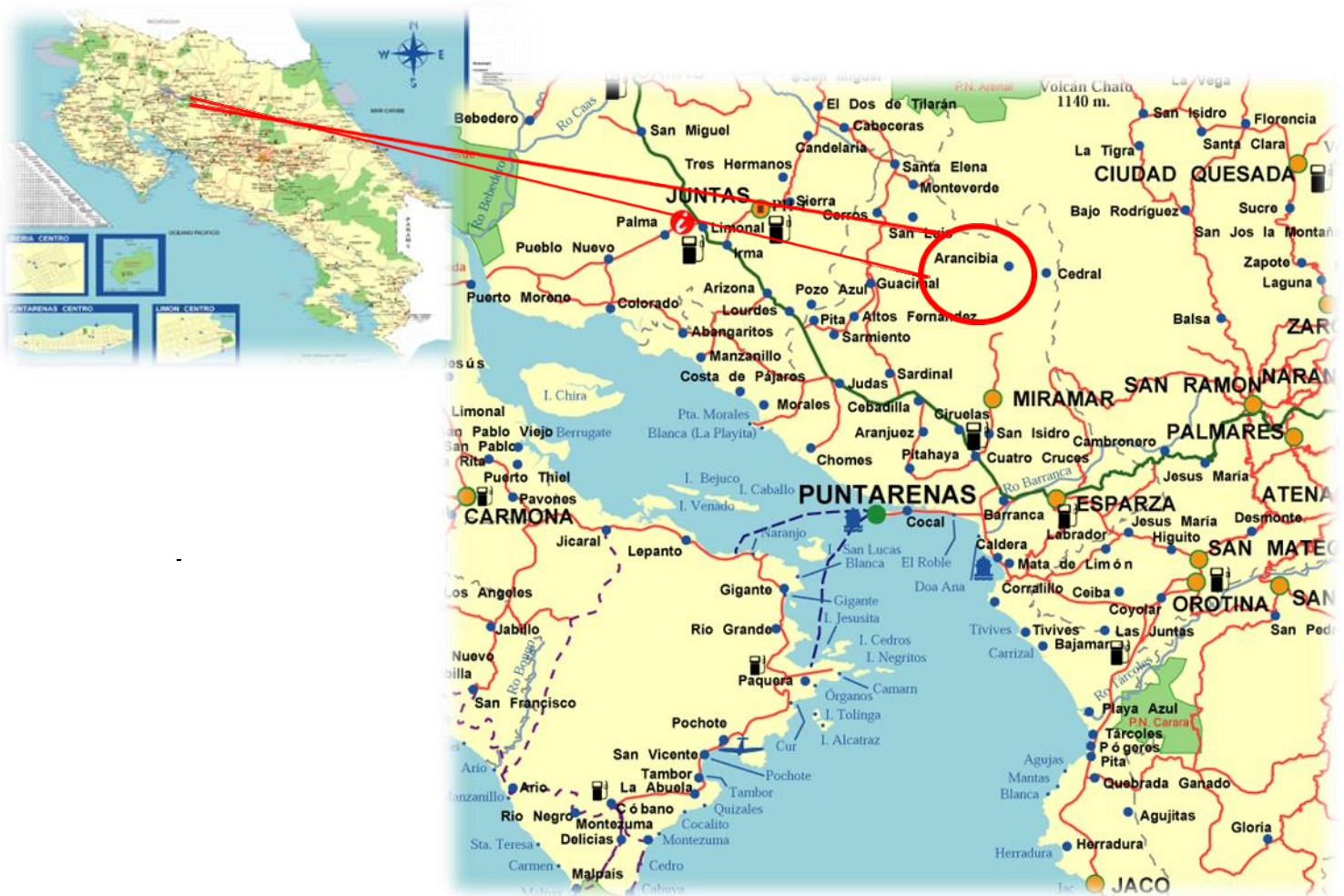
II

Marco Referencial

2.1 Descripción de AMAGRO:

La Asociación Mixta Agro Ecológica (AMAGRO), se encuentra ubicada en Arancibia, distrito que pertenece al cantón Central de Puntarenas. Dicho distrito comprende un área geográfica de cuarenta y cinco kilómetros cuadrados, tiene una población de seiscientos sesenta y cinco personas, una densidad de 14.78 y alrededor de doscientas setenta y seis viviendas.

Ilustración 3 Mapa de Arancibia, Puntarenas



Fuente: Tomada de Google Maps.

AMAGRO es un asentamiento de habitantes locales organizados, quienes conforman cinco familias campesinas. Fundada el 15 de octubre del 2004, mediante la Ley de Asociaciones N° 218 de bienestar social.

AMAGRO se crea con el fin de buscar un bien común y el trabajo unido entre las familias que la conforman, para el mejoramiento de la calidad de vida en la zona, partiendo del cuidado de los recursos naturales que se presentan en el lugar.

La finca donde se encuentra AMAGRO, fue otorgada por el Instituto de Desarrollo Rural (INDER) la cual fue dividida en sectores para cada una de las familias. Mide aproximadamente treinta y seis hectáreas y dentro de ella cuentan con quince hectáreas de bosque primario, que es área protegida. La zona destinada para agricultura mide alrededor de veintiuno hectáreas; entre los cultivos se puede encontrar, café, limón, tomate, lechuga, rábanos, nabos, vainicas, brócoli, caña de azúcar, macadamia, zanahoria, ente otros.

AMAGRO es apoyada por diversas instituciones, a saber: Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Instituto de Desarrollo Rural (INDER), Compañía de Fuerza y Luz, Instituto Costarricense de Turismo (ICT), Centro Agrícola Cantonal y ADETSAS, de las cuales han recibido capacitaciones, principalmente en temas de producción, gestión ambiental como buenas prácticas agrícolas y cambio climático; así mismo han recibido ayuda económica.

Seguidamente, se presenta un cuadro que resume el apoyo recibido por AMAGRO:

Tabla 4 Instituciones y programas de apoyo, AMAGRO

Instituciones/ Programas	Áreas de apoyo	Incidencia en la comunidad	Relación con turismo rural comunitario
MAG	Capacitación en temas de producción, generación de valor agregado y fortalecimiento organizacional. Fomento de actividades conexas como la comercialización campesina, el manejo de producción, buenas prácticas agrícolas. Asistencia técnica en producción, agricultura.	Alto	Medio

	Apoyo económico para construcción de biojardinera por medio de ACEPESA (empresa privada).		
IINDER	Formación de asentamiento comunitario y provisión de servicios para su desarrollo en áreas como: infraestructura, organización, producción. Capacitaciones en diversos temas. Auditoria del sistema de producción de hortalizas orgánicas, secadores solares para café.	Alto	Medio
ICAFE	Inscripción de un beneficio bajo la representación legal de AMAGRO. Curso de catación a la comunidad en general.	Medio	Alto
ADETSAS	Construcción de micro beneficio.	Medio	Medio
CNFL	Mejora ambiental de la cuenca del río Aranjuez. Asesoría técnica en movimiento de tierra, rótulos y biodigestores. Apoyo económico para construcción de biojardinera por medio de ACEPESA (empresa privada).	Alto	Medio
JICA	Capacitación en Programa Mejoramiento de Calidad de Vida	Alto	Medio
ICT	Apoyo en tema de turismo. Sin embargo, a la fecha no han recibido ninguna capacitación relacionada con el tema.	Medio	Alto
CAMARA DE TURISMO CEDRAL	Los miembros de AMAGRO son afilados. Están en etapa de reuniones para a promocionar la zona.	Alto	Alto
Programa Bandera Azul: MAG	Certificación del programa. Programa de Reciclaje.	Alto	Alto
Instituciones/ Programas	Áreas de apoyo	Incidencia en la comunidad	Relación con turismo rural comunitario
UCR	Pruebas de laboratorio de agua de la biojardinera; sin embargo, nunca les entregaron los resultados del análisis.	Bajo	Bajo
INA	Formación y capacitación en cursos de abonos orgánicos, manipulación de alimentos.	Medio	Medio

Fuente: Propia a partir de entrevista a presidente de Amagro.

2.2 Programa Mejoramiento de Calidad de Vida:

Los integrantes de la Asociación están participando de un programa llamado Mejoramiento de Calidad de Vida, fomentado por una organización no gubernamental japonesa, dirigido por medio de la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA). Dicho programa se enfoca en el mejoramiento de calidad de vida; está basado en el trabajo en equipo, la innovación y el dinamismo; promueve el desarrollo rural participativo, y es el principal motor del cambio que ha tenido el grupo de familias de la comunidad de AMAGRO. Este cambio positivo los ha llevado a ser productores autosuficientes y conscientes del desarrollo sostenible, el cual les permite forjar las prioridades, como lo es la salud, el desarrollo humano y el cuidado por el medio ambiente. Este programa está basado en los principios japoneses del *Seikatsu Kaizen*, palabras japonesas que significan *cambiar para mejorar la vida*. El movimiento japonés se deriva de las siguientes palabras: Kai (cambio), Zen (para mejorar), Seikatsu (vida) y se originó en la postguerra en la zona rural de Japón, como parte de las estrategias que adoptó el gobierno para reducir la pobreza en el área rural y comenzar la reconstrucción tras la Segunda Guerra Mundial.

El programa les ha permitido lograr varios proyectos por medio de diferentes actividades, tales como: huertas familiares, criaderos de aves, uso de los productos de la finca y cuidado de la salud con alimentación balanceada, productos orgánicos, protección contra el sol y agroquímicos, canalización de aguas residuales, mejoras productivas y ambientales, áreas de café renovadas con café sostenible con un rendimiento de 60 fanegas por hectárea, reactivación de obras de infraestructura en abandono, elaboración de abono orgánico y construcciones y mejoras. En el tema de área comunal: fabricación de mobiliario comunal; embellecimiento de las viviendas y jardines; acondicionamiento de cocina; construcción de vivienda; reorganización en bodegas; construcción de beneficio de café, el cual construyeron gracias a ADETSAS, con fondos del MAG, cuyo costo aproximado fue de ciento cuarenta millones de colones. Todos estos proyectos los han llevado a obtener logros de programas como la “Bandera Azul Ecológica”; estas ventajas competitivas los distinguen de otras asociaciones o proyectos de turismo rural comunitario.

2.3 Inventario Turístico

Para conocer sobre las características existentes en el asentamiento donde está la comunidad de AMAGRO (Los Lagos de Arancibia), se realiza un inventario turístico; se consideran los atractivos naturales, infraestructura, superestructura y planta turística.

Tabla 5 Inventario de Atractivos Naturales de Arancibia y Cedral

Inventario Atractivos Naturales					
Categoría	Tipo	Sub Tipo	Nombre	Ubicación	Descripción
1 Sitios Naturales	1.1 Montañas	Altas Montañas	Montañas de Arancibia	Arancibia	AMAGRO se encuentra en la zona montañosa de la provincia de Puntarenas, presenta un bosque secundario ya que ha presentado cambios en su área.
	1.5 Ríos	Río	Río Aranjuez	Arancibia	La zona la atraviesa el río Aranjuez, además cerca hay riachuelos que abastecen a este río principal.
	1.8 Lugares de Observación de Flora y Fauna	Lugares de Observación de Flora y Fauna	Senderos Los Arroyo y Las Palmas	Los Lagos de Arancibia	Cedral, Arancibia
Mirador Las Palmas					
2 Museos y Manifestaciones Culturales	2.2 Obras de Arte y Técnica	Arquitectura	Iglesia Católica	Cedral	La antigua iglesia católica ubicada en Cedral, construida a cuando el pueblo de Cedral apenas nacía, sin embargo, se ha construido una nueva iglesia más grande contigua a la estructura antigua.
			Casas de habitación	Cedral, Arancibia	En su mayoría son construidas de madera de la zona con 2 entradas independientes. Arquitectura Vernácula
3 Folklore	3.1 Manifestación Religiones y Creencias Populares	Manifestación Religiones y Creencias Populares	Semana Santa	Cedral, Arancibia	Celebración Religiosa de la crucifixión y resurrección de Jesucristo
	3.4 Artesanías y Arte	Maderas	Artesanía en Madera	Los Lagos de Arancibia	Utilizando los recursos naturales como la madera para hacer diversas artesanías.
	3.5 Comidas y Bebidas Típicas	Comidas y Bebidas Típicas	Comida Típica	Cedral, Arancibia	Los habitantes de la zona son en su mayoría campesinos, además las actividades que se desempeñan en la zona son la ganadería y la agricultura, por lo que es muy común encontrarse con costumbres y tradiciones, en este caso el de las comidas tales como: casados, picadillos, tamales, budín, entre otros.
	3.7 Arquitectura Popular Espontanea	Pueblos	Pueblo Ganadero	Cedral, Arancibia	Las actividades principales de la zona son la Ganadería y la Agricultura

4 Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	4.1 Explotaciones agropecuarias	Explotaciones agropecuarias	Café	Los Lagos de Arancibia	Siembra y Recolección de Café Sostenible y Orgánico
			Productos Orgánicos	Los Lagos de Arancibia	Zanahoria, Rábano, Lechuga, Guayaba, Chile, Culantro, Chayotes, limones,
	4.2 Estudios científicos	Estudios Científicos	Flora	Arancibia	Variedad de Plantas en la zona, clima y tierra
			Fauna	Arancibia	Avistamiento de Aves, ganado, ardillas, zorrillos etc.
			Biojardinera	Los Lagos de Arancibia	AMAGRO cuenta con una biojardinera, la cual trabaja para el control de aguas grises de las cinco viviendas que se encuentran en la finca.
5 Acontecimientos Programados	5.1 Ferias y Exposiciones	Ferias y Exposiciones	5.1.1 Feria del agricultor	Los Lagos de Arancibia	Productos Orgánicos a la venta en las ferias de Esparza, Miramar y Puntarenas

Fuente: elaboración: propia

Tabla 6 Inventario de la Infraestructura de Arancibia y Cedral

Inventario de la Infraestructura					
Categoría	Tipo	Sub Tipo	Nombre	Ubicación	Descripción
1. Transportes	1.1 Terrestre	Vial	Red de Carreteras	Cedral, Arancibia	Carreteras principales y secundarias, están en buen estado, pavimentada hasta Cedral de Miramar y lastre hasta Arancibia.
			Servicios para el turista	Cedral	Sanitarios en bombas, restaurantes, Sodas, Pulperías.
			Señalización	Cedral, Arancibia	Señalización, hay poca señalización hasta el centro de Cedral, mientras que hasta los Lagos de Arancibia no hay.
			Terminales de autobuses	Miramar, Cedral	Terminales de autobuses, hay dos que es la de Miramar Puntarenas, ubicada en el centro de Miramar y la terminal de Cedral que es un recorrido de Miramar centro a Cedral.
2. Comunicaciones	2.1 Telecomunicaciones	Telefónicas	Red de Telefonía con internet	Cedral, Arancibia	Hay buena señal de telecomunicaciones, ya que hay antenas de distintas compañías como ICE Kölbi, Movistar y Claro, que brindan a su vez conexión a internet.
3. Sanidad	3.1 Red de Agua	Red de Agua	Agua Potable	Arancibia	Administrada por Acueductos Rural
	3.2 Red de Desagües	Aguas Negras	Alcantarillado	Arancibia	Administrado por la Municipalidad de Puntarenas, ya que Arancibia pertenece al cantón de Puntarenas
	3.3 Recolección de Basura	Recolección de Basura	Separación de Basura	Arancibia	La Asociación se encarga de realizar el proceso de separación de basura y almacenarla en una bodega que mantienen
			Recolección de Basura	Arancibia	Se encarga la Municipalidad de Puntarenas, cada 2 meses, la Asociación les paga por el proceso de separación ya realizado
3.4 Salud			Clínica de Miramar	Miramar	Ubicada en el centro de Miramar
			Ministerio de Salud	Miramar	Oficina regional del Ministerio de Salud ubicada en Miramar Centro

4. Energía	4.1 Red Eléctrica	Alumbrado Público	Alumbrado Público	Cedral, Arancibia	En Todo el catón y está a cargo del Instituto Costarricense de Electricidad ICE
-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	---

Fuente: elaboración: propia

Tabla 7 Inventario de Superestructura de Arancibia y Cedral

Inventario Superestructura Arancibia, Cedral		
Categoría	Nombre	Descripción
1 Organizaciones Gubernamentales	1.1 Municipalidad de Miramar	Vela por el desarrollo del Cantón de Miramar (hasta Cedral)
	1.1.1 Municipalidad de Puntarenas	Se encarga por el desarrollo de Arancibia
	1.1.2 Ministerio de Salud Miramar	Vela por la Sanidad del Cantón Miramar
	1.1.3 Ministerio de Salud Puntarenas	Se encarga del Cantón de Arancibia
	1.1.4 Instituto Costarricense de Turismo	El desarrollo Turístico de Miramar y Arancibia
	1.1.5 Cámara de Turismo Miramar	Vela por el desarrollo de TODO EL Cantón de Miramar (hasta Cedral)
	1.1.6 Cámara de Turismo de Cedral	Ubicado en el centro de Cedral
	1.1.7 Instituto Nacional de Aprendizaje	Da capacitación en la comunidad y en los establecimientos turísticos a los trabajadores y comerciantes de Arancibia, Miramar y Puntarenas

Fuente: elaboración: propia

Tabla 8 Inventario de Planta Turística de Arancibia y Cedral

Inventario Planta Turística					
Categoría	Tipo	Sub Tipo	Nombre	Ubicación	Descripción
1 Alojamiento	1.9 Albergues	Albergues	1.1.1 Arancibia Lodge	Arancibia	Ubicado en Arancibia albergue rural turístico.
			1.1.2 La Mancuerna	Zapotal de Cedral	Ubicado en Zapotal
			1.1.3 Posada Las Orquídeas	Zapotal de Cedral	Ubicado en Zapotal
2 Alimentación	2.1 Restaurantes	Restaurante	2.1.1 Restaurante de Cedral	Cedral	Bar y Restaurante comida Típica
	2.2 Sodas	Soda	2.2.1 Soda El Trapiche	Zapotal de Cedral	Soda de comida típica, 1 km al sur escuela Zapotal

Fuente: elaboración: propia

Tabla 9 Lista de Personas Asociadas a AMAGRO

	Nombre	No Cédula	Cargo	Edades	Estado Civil	Escolaridad	Actividad Generadora de Ingresos
1	Franklin Jiménez Fallas	2-409-800	Presidente	50 años	Casado	Sexto grado	Café y Ganado
2	Luis Ureña Loría	6-161-769	Vicepresidente	54 años	Divorciado	Sexto grado	Café y Ganado
3	Flor Menester Mejías	6-243-085	Secretaria	44 años	Casada	Sexto grado	Ama de Casa, ayuda a don Franklin
4	Judith Navarro Alvarado	6-352-231	Tesorera	29 años	Unión Libre	Sexto grado	Ama de casa
5	Federico Miranda Muñoz	6-107-249	Vocal	61 años	Casado	Sexto grado	Café
6	Danilo Benavides Pérez	6-229-812	Fiscal	46 años	Unión Libre	Sexto grado	Café, siembra de hortalizas
7	Roberto Benavides Loría	6-117-282	Asistente	60 años	Casado	Sexto grado	Café
8	Azucena Ureña Loría	6-152-930	Asistente	55 años	Casada	Sexto grado	Ama de casa
9	Martha Solano Arias	6-157-867	Asistente	54 años	Casada	Sexto grado	Ama de casa
10	Eduardo Ureña Benavides	6-392-157	Asistente	24 años	Soltero	Universitario	Café, ayudante de don Luis
11	Cindy Ureña Benavides	6-352-231	Asistente	25 años	Soltera	Universitaria	Estudiante
12	Maitel Jiménez Monestel	6-362-051	Asistente	28 años	Unión Libre	Sexto grado	Ama de Casa

Fuente: Elaboración propia, con base en información aportada por los integrantes de AMAGRO.

La escolaridad de la mayoría de los integrantes es del sexto grado de primaria; los hijos de ellas y ellos sí tienen grados de colegio y universidad.

La producción de café sostenible es la principal fuente de ingresos para la Asociación. Este tipo de producción conlleva la reducción en un 50% el uso de agroquímicos y prácticas sostenibles como la aplicación de abono orgánico, rompe vientos y acequias de laderas. Esta producción genera 60 fanegas por hectárea, y tienen en total diez hectáreas de sembradío.

En cuanto a los dividendos, no perciben ingresos conjuntos, pues actualmente trabajan en actividades propias de manera individual, por lo que cada familia tiene sus propios ingresos. La única actividad conjunta que realizan generadora de ingresos por el momento, es la de recibir estudiantes de diferentes universidades nacionales e internacionales, por lo cual cobran únicamente la alimentación que les ofrecen por un monto de €3000. Cuando los visitan estudiantes de otros países no les cobran por el hospedaje, solamente la alimentación. Dichos ingresos los maneja la tesorera y los

utilizan para los gastos de la Asociación y actividades que realizan; no tienen una persona que les lleva la contabilidad, pues no generan grandes dividendos como Asociación.

A continuación, se muestra un cuadro con detalle de las visitas recibidas en los últimos dos años:

Tabla 10 Visitas a AMAGRO 2014 - 2015

2014				
Fecha	Cantidad de Visitantes	País	Asunto	Institución
20/12/2014	4	Costa Rica	Trabajo comunal de estudiantes	UCR
2015				
Fecha	Cantidad de Visitantes	País	Asunto	Institución
02/02/2015	15	USA - Costa Rica	Visita de estudiantes de la Universidad de Alabama	CNFLy Univ. De Alabama
03/02/2015	3	Rep. Dominicana y Japón	Visita de dominicanos	MAG-JICA-IAD
06/05/2015	15	Costa Rica	Capacitación de calibración de equipo	MAG, ICAFE, SIGNGENTA
08/05/2015	4	Costa Rica	Titulación tierras	INDERICT,
30/05/2015	3	Canadá - Costa Rica	Visita de empresarios turísticos de Canadá	Asociación de turismo de Cedral, Alyrab Expeditions, Yoga Mandupam
10/06/2015	3	Japón - Costa Rica	Visita del director del JICA	JICA
18/07/2015	9	Costa Rica	Visita de universitarios	UTN
24/07/2015	2	Costa Rica	Visitas Instituciones	INDER-ULICORI
24/09/2015	2	Japón	Visita de japoneses para conocer las especies	JICA CR y JICA TOKIO
22/10/2015	5	Japón - Costa Rica	Miembros de la embajada de Japón	Embajada de Japón y Canal 13
03/11/2015	8	Costa Rica	Reunión con ADETSAS-AMAGRO seguimiento micro beneficio	MAG, DRPC, ADETSAS
04/11/2015	3	Japón- Costa Rica	Visita de técnicos del Japón, recomendaciones sobre café	MAG-JICA
06/11/2015	3	México - Costa Rica	Visita de la UCR, de la Universidad de Puebla de MEXICO-Convenio de Cooperación MX-CR	UCR y Universidad de Puebla
Total				

Fuente: Asociación Mixta Agro Ecoturística.

Realizan elecciones cada dos años. Las sesiones o reuniones las llevan a cabo los 15 de cada mes, en donde comentan los acuerdos y puntos importantes; de esta forma, se distribuyen las funciones y crean planes de trabajo para el mejoramiento de la zona, enfocados en el área rural, de la salud y actividades agrícolas. A continuación, se muestra el plan de trabajo que tienen actualmente para el área de la Asociación y el área comunal:

Tabla 11 Plan de trabajo de AMAGRO

AREA ASOCIACION			
N°	ACTIVIDADES	PERIODO	RESPONSABLES
1	Aumentar el área de café	Junio, Julio y Agosto	AMAGRO
2	Gestionar para conseguir los recursos para la torrefactora	Para el año 2016	AMAGRO
3	Dar mantenimiento a las acequias	Mayo y Setiembre	Cada familia
4	Mantenimiento y siembra de cercas vivas	Mayo y Agosto	Cada familia
5	Gestionar recursos para invernaderos	Mayo y Junio	INDER y AMAGRO
6	Diversificar la producción o y trabajo de la actividad caprina	Mayo y Diciembre	AMAGRO
7	Mejoras en las viviendas	Durante el tiempo que el INDER titule la tierra.	AMAGRO
8	Mejora de las cualidades personales y de la Asociación	En el momento que se dé la oportunidad	AMAGRO con la ayuda de otras instituciones

AREA COMUNAL			
N°	ACTIVIDADES	PERIODO	RESPONSABLES
1	Reparar y mantener el techo de la biojardinera	Diciembre una vez al año.	AMAGRO
2	Cerrar el lote comunal	A finales de mayo y junio	AMAGRO
3	Pintar el zócalo del salón comunal	Mayo	AMAGRO
4	Terminar la parte eléctrica	Junio	AMAGRO
5	Cambiar el techo del kiosco	Julio	AMAGRO
6	Reubicar el baño y el servicio	para el 2016	AMAGRO

Fuente: Asociación Mixta Agro Ecoturística

En relación con los servicios básicos, cuentan con electricidad dada por la CNFL; agua potable por medio de una Asada de Corazón de Jesús, por lo que pagan cada uno de ellos ¢2500 y ¢500 por fideicomiso por daños en la tubería; camino de lastre con accesibilidad; rotulación pública; líneas telefónicas fijas y móviles; cuentan, con internet móvil con baja señal.

Seguidamente se presentan los productos que tiene cada una de las familias en sus parcelas, tanto para comercialización como para consumo propio, separado por cada miembro de AMAGRO:

Parcela del Sr. Luis Ureña: Comercializa el café, ganado y vainica por temporada. Cosecha los siguientes productos para auto consumo: maíz, frijoles, plátanos en diferentes variedades, ayotes, yuca, tiquizque, chayote, arracache, chamol, limón mandarina, naranja y una huerta orgánica con lechugas, rábanos, nabos, remolachas, zanahorias, espinacas.

Parcela del Sr. Franklin Jiménez: Comercializa café y vainica por temporada. Cuenta con cuatro hectáreas en donde tiene diez cabezas de ganado de engorde, el cual lo comercializan en subastas. Produce macadamia para cajetas, huerta orgánica, plátano, limón ácido, abono orgánico, estanque de tilapias y bagres, banco forrajero, biogás, gallinas de pastoreo, maíz, frijoles para auto consumo.

Parcela del Sr. Danilo Benavidez: Chile picante, albahaca, huerta orgánica, biogás, café, vainica, cerdo, plátano, tomate, macadamia, yuca, frijoles, achiote y maíz para auto consumo.

Parcela del Sr. Federico Miranda: Guanábana, café, vaca lechera, plátano, guayaba, huerta orgánica, frijol y maíz, chile dulce, para auto consumo.

Parcela del Sr. Roberto Benavidez: Café para comercio, frijol, maíz, plátano, chayote, ayote, yuca, arracache, vainica, huerta orgánica, cerdo y gallinas para auto consumo.

2.4 Análisis FODA

Una vez mostradas las condiciones existentes de AMAGRO, se realiza un análisis FODA para conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Asociación.

Fortalezas:

- ✓ Programa de Mejoramiento de Calidad de Vida.
- ✓ Soluciones ecológicas a problemas ambientales.

- ✓ Apoyo de instituciones como el MAG, ICT, CNFL e instituciones internacionales.
- ✓ Desarrollo sostenible, clave del éxito en proyectos con este enfoque.
- ✓ Aprovechamiento de los recursos para desarrollar el turismo rural comunitario.

Oportunidades:

- ✓ Desarrollar un proyecto de turismo rural comunitario y hospedaje tipo albergue, para los visitantes.
- ✓ Comercialización directa del producto que más ingreso les genera, el café sostenible, por medio de la puesta en práctica del beneficio.
- ✓ Tener un acercamiento con instituciones y organismos que apoyan el turismo rural comunitario.
- ✓ Participar activamente la comunidad en actividades como ferias del agricultor, entre otras.

Debilidades:

- ✓ Falta de una Misión y Visión claras.
- ✓ Falta de recursos económicos para expansión.
- ✓ Falta de capacitación en temas como el turismo, idiomas, mercadeo y promoción, administración, finanzas.
- ✓ Falta de promoción y mercadeo por medio de redes sociales, revistas digitales, páginas web universitarias.

Amenazas:

- ✓ Cambio climático que pueda afectar las producciones agrícolas.
- ✓ Baja visitación en la zona de AMAGRO.

CAPÍTULO
III
Marco Teórico

Marco Teórico

3.1 Turismo

La palabra “*turismo*” se deriva del latín “*tomus*”, que quiere decir *vuelta o movimiento*.

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se diferencian por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante, el turismo tiene antecedentes históricos claros. (Turismo, 2016).

En otro concepto, el turismo se enfoca en que la naturaleza del ser humano es dada a cambiar de sitio, para beneficiarse de las bondades de otros lugares, distintos de aquel dónde usualmente se vive y se descansa, donde hay un ambiente agradable para esparcimiento y recreación. (Turismo, 2016).

El turismo es una de las actividades económicas del mundo, pues representa un tercio de valor total del comercio mundial de servicios. Debido a los diversos beneficios directos e indirectos que genera, muchos países en desarrollo y con recursos turísticos potenciales, ven en el turismo una oportunidad para impulsar el desarrollo de muchas zonas marginales. (Instituto Nacional de Aprendizaje, Mayo, 2002).

El turismo comprende diversos tipos, entre lo que se pueden destacar son los siguientes:

- **Turismo Individual:** Cuando se habla de este tipo de turismo es comprendido por cuyas actividades o bien itinerarios son programados por los mismos viajeros, sin intervención de algún operador turístico.
- **Turismo Masivo:** Este se destaca por realizarse masivamente por distintos tipos de personas, sin importar el nivel económico, por ello, no muy exclusivo. Un ejemplo de ello es el turismo de sol y playa, que se considera muy convencional, pasivo y estacional.

- **Turismo Cultural:** Este tipo de turismo comprende la importancia de los recursos históricos y artísticos para su progreso; entre ellos se pueden mencionar museos y monumentos, el folklore, gastronomía, costumbres, música, literatura, religión e historia. Es un turismo más exigente y menos estacional.
- **Turismo de Negocios:** Su finalidad es que se lleven a cabo negocios o acuerdos comerciales, que por lo general se desarrollan entre empresas en donde participan los empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales, con el fin de establecer negocios, brindar servicios o bien captar nuevos clientes potenciales. Por lo general el cliente en este tipo de turismo suele ser una persona de alto valor adquisitivo, que requiere de servicios de infraestructura, conexión a internet y un ambiente urbano.
- **Turismo Científico:** Este es una modalidad en la cual la importancia es la ciencia, o bien la realización de estudios e investigaciones científicas en un lugar determinado; por lo general suelen ser arqueológicas y biológicas.
- **Turismo Activo:** Comprende los espacios naturales; por lo general se realizan actividades en relación con un parque natural, gracias al interés ecológico que se presenta. Entre ellos se puede destacar parques temáticos, algunos aspectos como lo deportivo, la aventura, termal o de salud, social, cinematográfico, de experiencias.
- **Turismo Natural:** Esta clase de turismo se suele desarrollar en un ambiente natural, por lo general en un medio rural o área protegida, tratando siempre de realizar actividades recreativas. También se puede encontrar incorporado al área urbana, mediante la contemplación de plantas y animales fuera de sus hábitats naturales, en los jardines botánicos y zoológicos, como parques temáticos de flora y fauna.

Para comprender los conceptos relacionados con el tipo de proyecto que se propone implementar, es necesario definir los principales elementos conceptuales de la actividad turística y en el caso en cuestión se enfoca el turismo rural comunitario.

Así: *Turismo es el conjunto de los fenómenos producidos por el desplazamiento y de permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa.* (Castro, 2005).

Otra definición señala que es el *conjunto de interacciones humanas que se dan en el hospedaje, transporte, alimentación, diversiones y enseñanza, como resultado de los desplazamientos transitorios y temporales de personas de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples las motivaciones humanas.* (Novo, G. Diccionario General de Turismo, 1977).

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT): *El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estadías en lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros* (OMT, 2001). La OMT hace referencia a visitantes, que por su parte son clasificados como turistas y excursionistas. Los turistas son aquellos que permanecen en el destino por un período superior a 24 horas e inferior a un año, mientras que los excursionistas son aquellos que permanecen en el destino por un período inferior a 24 horas, sin pernoctar.

En los últimos años, la demanda de la actividad turística se ha transformado, desde una oferta masiva, inflexible, centrada en el segmento de sol y playa, hacia nuevas formas de turismo, más individuales, basada en un producto heterogéneo. (Morera, 2005).

Así, Costa Rica se ha posicionado a nivel mundial como destino de turismo, basado en los atractivos naturales y su biodiversidad; se han destinado esfuerzos hacia el impulso del turismo sostenible con la decisión de crear el “Certificado de Sostenibilidad Turística” (CST), que operativamente maneja el ICT, con una plataforma de categorización para las empresas turísticas que deseen certificarse como sostenibles.

Debido a esta creciente concientización medioambiental, se crean nuevas ofertas turísticas con un enfoque ecológico; constituye una opción diferenciada la alternativa del turismo rural comunitario, caracterizado por desarrollarse de forma sostenible.

Para ello, se define el concepto de *desarrollo sostenible*, tema de gran importancia para lograr avanzar en los desafíos actuales y necesidades en el mundo de hoy.

El desarrollo sostenible es el avance que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. (Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo CMMAD, 1998).

A partir de estas necesidades, se han desarrollado en los últimos años, actividades turísticas no tradicionales, las cuales cada día incluyen, de manera creativa, la participación de comunidades; es decir el turismo rural comunitario.

Para los efectos de esta propuesta, se entiende el *turismo rural comunitario* como:

“Experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad”. (ICT- Alianza TRC, 2005).

De acuerdo con Morera (2006), el concepto de *turismo rural* en Costa Rica, considerando las particularidades socio ambientales del país, responde a un modo de turismo desarrollado en espacios rurales, centrado en la combinación de atractivos naturales, culturales y agrícolas, que potencian el desarrollo endógeno por medio de la creación y fortalecimiento de pequeñas empresas y que favorece un manejo sostenible de los recursos naturales y culturales. Surge entonces, como una opción de integrar las comunidades que viven en medios rurales, a la alternativa que representa el turismo como actividad económica.

El 8 de julio del 2008, fue ratificado y publicado el Decreto # 34717-MEIC-TUR, que decreta una reforma al reglamento de las empresas de hospedaje turístico, mediante la inserción de la modalidad denominada “posadas de turismo rural”, la cual busca que los proyectos de turismo rural tengan la posibilidad de ser beneficiados con la “declaratoria turística”; esta constituye la oficialización de los proyectos de hospedaje, y permite que estos sean tomados en cuenta para los efectos de la Ley del ICT, en

cuanto a la participación de estos en acciones de capacitación, pero principalmente mercadeo. La reforma de este decreto tiene como sustento la definición de turismo sostenible, de la Organización Mundial de Turismo (OMT), que da mayor énfasis a las llamadas “comunidades anfitrionas”. El decreto señala, además, que el concepto de turismo rural “amplía el horizonte de un turismo más equitativo, permite aumentar y diversificar la oferta costarricense, desarrollando la cultura turística en los pueblos rurales y la conciencia de justicia social de actores con mejores condiciones socioeconómicas. Esta modalidad viene a evidenciar el derecho de las comunidades para decidir sobre el desarrollo de destinos turísticos locales.

La modificación de este decreto, permite entonces que el ICT clasifique, en la declaratoria turística, las posadas de turismo rural, que se definen como: “tipo de establecimiento con un mínimo de tres habitaciones, dotado de baño privado, que podrá ofrecer los servicios de alimentación, y se encuentra localizado en un entorno rural”.

El turismo rural comunitario permite integrar las riquezas naturales, la vida cotidiana de la comunidad rural y la dinámica propia de las actividades agropecuarias, en un producto atractivo para el mercado turístico nacional e internacional, de quienes se interesen por la protección del medio ambiente y el fomento de la cultura y tradiciones de los pueblos. Se orienta al turista interesado en conocer y disfrutar la vida del campo, considerando la participación en actividades propias de la comunidad. Se caracteriza, además, por ofrecer a los visitantes un contacto personalizado; brindar oportunidades de disfrutar del entorno natural y humano de las zonas rurales y poder participar en aquellas actividades tradicionales, formas de vida y costumbres propias de una comunidad.

El turismo rural comunitario permite experimentar, de primera mano, la forma en que viven los habitantes de un lugar, quienes se ocupan en la conservación del ambiente. Por lo general, lo ponen en práctica las asociaciones comunales que poseen reservas ecológicas privadas o están ubicadas cerca de áreas de interés ecológico y cultural. Todas ellas ofrecen a los visitantes una mezcla de aventuras culturales y ambientales a las que se suman los servicios turísticos usuales como el hospedaje, las excursiones, senderos, trapiches, agricultura y las artesanías. (ACTUAR, (s.f)).

En Costa Rica, la Alianza de organizaciones para el fortalecimiento del turismo rural comunitario, está integrada por tres redes de organizaciones, ACTUAR (Asociación Conservacionista Comunitaria de Turismo Alternativo Rural), COOPRENA (Consortio Cooperativo Red Eco Turística Nacional) y ACEPESA (Asociación Centroamericana para la Economía, la Salud y el Ambiente). La Alianza surge como un espacio de articulación y coordinación de acciones por parte de las comunidades y organizaciones, para facilitar el desarrollo de condiciones que permitan convertir el turismo rural comunitario en instrumento de desarrollo local y conservación de la naturaleza. La gestión de la Alianza ha abierto procesos de trabajo entre las organizaciones que forman parte y las instituciones públicas, orientados a fortalecer las iniciativas de turismo rural comunitario, como iniciativas de desarrollo local. Asimismo, CANTURURAL, nace como propuesta de esta alianza el 12 de junio 2009, la cual está constituida por 35 asociados. Hoy el sector turismo, el Instituto Costarricense de Turismo, ICT, el Instituto Nacional de Aprendizaje, INA y otras instancias públicas y privadas, legitiman a CANTURURAL como el órgano representativo de los intereses del sector turismo rural comunitario.

La Alianza de organizaciones para el fortalecimiento del turismo rural comunitario, tiene el objetivo común de lograr un entorno más favorable que genere oportunidades de participación en el turismo a las poblaciones de comunidades rurales; señala seis características que definen esta actividad (PNUD 2005):

- a) Integra las riquezas (atractivos) naturales y la vida cotidiana de la comunidad rural.
- b) Entrena competencias locales y desarrolla habilidades empresariales.
- c) Promueve e integra las prácticas productivas sostenibles dentro de la oferta turística.
- d) Genera los encadenamientos productivos locales.

e) La experiencia turística se adapta a la vida y dinámica rural y, preserva la “ruralidad” (muestra la originalidad, peculiaridad, rusticidad, ambiente acogedor y confortable y, autenticidad rural del país).

f) Se sustenta en la gestión y participación local (fortalece la organización local en que participan varias familias o toda la comunidad.)

g) Distribuye equitativamente los beneficios y complementa y diversifica los ingresos de las familias rurales.

h) Promueve la tenencia de la tierra por parte de los pobladores locales.

De acuerdo con la propuesta de ley de fomento del turismo rural comunitario realizada por diputados de la Asamblea Legislativa en el año 2007, se indica que los esfuerzos se han concentrado en:

1. La apertura de un proceso de negociación con el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) para: Definición y caracterización del turismo rural comunitario como producto turístico nacional.
2. Declaración del turismo rural comunitario como el cuarto macro producto por desarrollar y promocionar, equiparándolo con los otros tres macro-productos que impulsa el ICT, a saber: ecoturismo, aventura y sol/playa.
3. Inserción del TRC en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2002- 2010.
4. El trabajo en conjunto con el ICT para el diseño de una estrategia de promoción del turismo rural comunitario, para el mercado nacional e internacional.
5. Incorporación de los productos del turismo rural comunitario en las acciones de promoción de la imagen de país en el exterior.
6. Firma del decreto que declara de interés público el turismo rural comunitario, el 17 de enero del 2007 por parte del Ministerio de Turismo el Ministerio de la Presidencia de la República y el Sr. Presidente de la República.
7. Trabajo en conjunto con el Instituto Nacional de Seguros en la creación de una póliza de responsabilidad civil colectiva, para las comunidades que desarrollan productos turísticos.
8. Celebración de cinco ferias de turismo rural comunitario.

9. Edición de tres guías de turismo rural comunitario. Estas actividades han sido un esfuerzo de promoción valioso para las operaciones de TRC y se ha visto tanto el crecimiento desde la oferta con el incremento en el número de operaciones de TRC, como en la demanda por los servicios.

(Pérez G. Olivier, Ballesteros V. Maureen, Chacón E. Ana Helena, Barrantes C. Luis Antonio, Quirós Q. Patricia, Ley para el fomento del turismo rural comunitario, expediente nº 16.879 19 de noviembre de 2007).

La Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario (ACTUAR) cuenta con una red de más de 40 socios y tiene como principal objetivo contribuir a promover y fortalecer el turismo rural comunitario en Costa Rica. Ofrece beneficios de comercialización y promoción; además, cuenta con su propio tour operador y centro de reservaciones, y ofrece diseño de programas, el cual constituye una herramienta útil que los empresarios que practican este tipo de turismo pueden aprovechar para darse a conocer en el mercado.

Según la OMT, (1998): El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores. Los productos turísticos se componen de servicios básicos como alojamiento y alimentación y servicios complementarios, que aportan carácter y calidad; es decir, valor agregado y, por tanto, diferenciación. En el caso específico del servicio rural comunitario, se debe velar porque los productos se encuentren en buen estado de conservación, tanto los recursos naturales, alojamientos integrados al entorno, artesanías, productos agrícolas, gastronomía local, señalización, capacitación del personal, sin necesidad de que se produzcan grandes cambios en el entorno de la localidad.

Los recursos turísticos son la materia prima a la que se han de añadir los servicios. Estos servicios pueden ser básicos o complementarios. Además de los servicios hay que añadir las actividades complementarias e infraestructuras.

No hay duda de que el turismo rural puede beneficiarse de la aplicación del marketing. El marketing implica entender qué desean los consumidores y crear productos para satisfacer sus necesidades; además de comercializar el producto correctamente.

Desde esta perspectiva, se enfatiza la importancia del turismo rural en el desarrollo local, basado en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades de las comunidades. Se consideran potencialidades de cada territorio los factores económicos y no económicos. Entre estos últimos están los recursos sociales, culturales, históricos, institucionales, paisajísticos, y otros. Todos estos factores son decisivos en el proceso de desarrollo económico local. El desarrollo económico local genera un proceso de transformación de la economía y de la sociedad local, que se orienta a superar las dificultades y retos existentes. Busca mejorar las condiciones de vida de su población mediante una acción decidida y concertada entre los diferentes agentes socioeconómicos locales, públicos y privados, para el aprovechamiento más eficiente y sustentable de los recursos existentes, mediante el fomento de las capacidades de emprendimiento local y la creación de un entorno innovador en el territorio.

Se debe generar entonces en un territorio, la capacidad necesaria para hacer frente a los retos y oportunidades que pueden presentarse en diferentes situaciones. El desarrollo local provoca transformaciones estructurales y no estructurales; aumenta así el capital económico, social y cultural de una zona geográfica.

El turismo rural comunitario juega un papel efectivo en el desarrollo local, para lo cual es necesario el apoyo técnico y financiero a largo plazo. Sin embargo, existe falta de planeamiento formal e intervención, por lo cual las posibilidades para que una comunidad se beneficie del turismo suelen ser limitadas.

Sobre el tema de turismo rural comunitario en el país, uno de los pocos libros encontrado es: "El turismo rural comunitario en Costa Rica" de Guereña y Calderón (2005); ellos afirman que *"hasta la fecha, el Turismo Rural Comunitario en Costa Rica se ha desarrollado fundamentalmente desde las organizaciones de base comunitaria,*

con el apoyo financiero y técnico de organismos de cooperación internacional y organizaciones no gubernamentales". (Guereña & Calderón, 2005, p. 15).

También los autores en el libro citado manifiestan que las organizaciones de turismo rural comunitario se conectan entre sí por medio de redes "sobre todo para actividades de mercadeo y comercialización conjunta". Afirman que "el fortalecimiento del trabajo en redes por parte de las organizaciones dedicadas al turismo rural comunitario estimula las alianzas estratégicas, y es condición indispensable para que la promoción, comercialización e intercambio de información, se dé de manera fluida entre las organizaciones. Además, es también una forma de generar capacidad de gestión por parte de los grupos". (Guereña y Calderón 2005:38).

El turismo rural comunitario va muy de la mano con actividades que se desarrollan en el campo de la agricultura, ganadería, naturaleza, entre otros. Trata de crear una conciencia tanto para el turista como para el empresario que se une a este tipo de turismo surgido en los últimos años. La idea es crear conciencia en las personas, de que se pueden aprovechar los recursos naturales de la mejor manera, sin ser estos explotados excesivamente, para así evitar un impacto ambiental y crear una nueva actitud saludable.

Así surge el programa de "Mejoramiento de calidad de vida" en donde el aprovechamiento de los recursos naturales es vital, sin hacer un gran impacto en la huella ambiental. Para esto, se definen los siguientes conceptos, en los cuales habrá que entender cómo puede funcionar el mejoramiento de la calidad de vida.

Perfil Turístico

El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. Los destinos turísticos pueden ser caracterizados a través modelos de demanda turística. Los estudios de demanda turística desde la perspectiva económica se han modernizado

en dos categorías: los modelos agregados (macroeconómicos) y los modelos desagregados (microeconómicos). (Gómez, 2012).

Programa de Mejoramiento de Calidad de Vida

JICA (Agencia de Cooperación Internacional de Japón) realizó durante 3 años desde 2002 una revisión integral sobre conceptos, metodologías y efectos del Programa de Mejoramiento de Calidad de Vida implementado en Japón en la posguerra. Como resultado, ha llegado a la conclusión de que son aplicables en los países en vías de desarrollo las ideas y las metodologías del “Mejoramiento de Calidad de Vida” las cuales se han sistematizado como el “Enfoque de Mejoramiento de Calidad de Vida” que da importancia a las iniciativas de comunitarios tanto para la identificación de problemas de la vida cotidiana como para la solución de problemas aprovechando recursos disponibles. El nivel de ingresos de los países latinoamericanos es relativamente alto, sin embargo, la desigualdad de ingresos de las familias sigue siendo grande, por lo cual está deseada, como una base muy importante de desarrollo, la aplicación del programa de extensión de mejoramiento de calidad de vida para el desarrollo de las zonas rurales como las indígenas. En base a estas necesidades, JICA Tsukuba viene ejecutando cursos de capacitación con miras a promover y aplicar el Enfoque de Mejoramiento de Calidad de Vida en los países latinoamericanos. El número total de los participantes de los cursos hasta el año 2015 llegó más de 270 y ellos están implementando las actividades de mejoramiento de calidad de vida en sus países. Sobre todo, en la región América Central y el Caribe, se formó la Red de ex-participantes “Red Centroamericana, del Caribe y México en Desarrollo Rural Participativo” (REDCAM-drp, conocida como REDCAM) y llevaron a cabo los proyectos pilotos con la aplicación del Enfoque de Mejoramiento de Calidad de Vida. Unas redes nacionales de la REDCAM se han legalizado y los ex-participantes continúan sus actividades con sus propias iniciativas. (JICA, 2016).

En Costa Rica, se han abarcado más de 15 comunidades rurales del país a través de este enfoque, 4 de ellas por medio de proyectos pilotos financiados por JICA y el resto bajo recursos propios que ha logrado gestionar la REDCAM-drp Capítulo Costa Rica. (JICA, 2016).

En el área de Puntarenas, únicamente AMAGRO trabaja bajo este enfoque. Para REDCAM CR el Programa contribuye con el Desarrollo Rural Participativo mediante la articulación interinstitucional del sector público y privado.

Proyectos Turísticos

Un Proyecto es la expresión escrita de un “plan” para producir o prestar un bien o un servicio, en este caso en el ámbito turístico. Como tal necesita una planificación previa que enmarcará la puesta en marcha del mismo. Es el primer paso antes de iniciar un emprendimiento. (Ministerio de Turismo y Cultura , 2010).

La idea que constituye el núcleo básico del emprendimiento debe ser lo más simple y comprensible posible. Esto, unido a un conocimiento real de la situación, será la base de un buen proyecto de empresa. Es fundamental estructurar los distintos elementos que integrarán el proyecto y poder expresarlos ordenadamente en un papel. Además se debe proyectar el flujo de egresos y de ingresos que generará el Proyecto para obtener un plan de negocio.

El plan de negocio no sólo es un buen instrumento para dar a conocer a terceros el proyecto sino también al propio emprendedor, ya que permite darse cuenta de las realidades que van a afectar al proyecto, las oportunidades y riesgos a los que se va a enfrentar.

La inexistencia o insuficiencia de la calidad del plan de negocio, constituye en muchos casos la causa del fracaso a la hora de crear y poner en marcha la nueva empresa. El plan de negocio permite planificar todas las áreas en las que cualquier negocio se va a estructurar y que la clasificamos en: mercados, producto y/o servicios, gestión, finanzas, entre otros. (Ministerio de Turismo y Cultura , 2010).

Servicios Turísticos

Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos. (Emiliani, 2014).

Caracterización

Desde una perspectiva investigativa la caracterización es una fase descriptiva con fines de identificación, entre otros aspectos, de los componentes, acontecimientos (cronología e hitos), actores, procesos y contexto de una experiencia, un hecho o un proceso. (Upegui, 2010).

La caracterización es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente, establecer su significado (sistematizar de forma crítica). (Elssy Bonilla Castro, 2009).

Conciencia Ambiental

Conciencia: “Capacidad de los seres humanos de verse y reconocerse a sí mismos y de juzgar sobre esa visión y reconocimiento”. (Española, 2016).

La conciencia ambiental es una filosofía general y movimiento social en relación con la preocupación por la conservación del medio ambiente y la mejora del estado del medio ambiente. (Ambiental C. , 2016).

La conciencia ambiental puede definirse como el entendimiento que se tiene del impacto de los seres humanos en el entorno. Es decir, entender cómo influyen las acciones de cada día en el medio ambiente y cómo esto afecta el futuro de nuestro espacio. Sin ser alarmista, conciencia ambiental, por ejemplo, es entender que si yo, ciudadano común, derrocho algún recurso natural, como puede ser el agua, mañana cuando quiera volver a utilizarlo ya no voy a poder. Muchas veces, al hablar de problemas ambientales se nos viene a la cabeza la destrucción de la capa de ozono, el

calentamiento global, el alarmante aumento de la generación de residuos; pero no vemos una relación directa entre nuestras acciones diarias y estos acontecimientos. (Ambiental C. , 2012).

En este orden de ideas, la “ *conciencia ambiental* ” nos impone asumir que estamos agotando los recursos naturales y saber que estos no son infinitos; que está empeorando el calentamiento global y aumentando el tamaño de la capa de ozono; que estamos exterminando la biodiversidad, haciendo que múltiples especies animales y vegetales se hayan extinguido y otras tantas estén en ese camino a desaparecer por siempre; que crecen las enfermedades y su gravedad con la contaminación; que el efecto invernadero es cada vez mayor, y que aumenta descomunalmente la cantidad de basura que arrojamamos a la tierra sin que esta pueda absorberla; que el aire está cada vez más sucio y enfermo y que deforestamos y tálamos árboles como si ninguna función vital tuviesen en conjunto.

Hablamos siempre sobre la crisis ambiental, su gravedad, sus efectos, y críticas, y también ya nos hemos planteado un poco la necesidad de hacer una mirada introspectiva sobre el grado de compromiso con el ambiente y/o de responsabilidad con la huella ecológica que generamos a diario.

De este modo nos encontramos frente a la concreta necesidad de accionar en defensa del medioambiente y de nuestra salud, finalmente destinataria de la calidad de aire, agua, disposición de recursos naturales, y más. Además de mínimamente pensar en cómo vivimos, y cómo deberíamos vivir en lo sucesivo, para hacerlo responsablemente y de la manera más sustentable posible.

Necesitamos despertar a la conciencia ambiental para poder ganar la batalla que está degradando tanto nuestro planeta, nuestra casa común, y para ello resulta fundamental educar y enseñar, mostrando lo que sucede en la realidad de los hechos, para que todos podamos tomar decisiones claras y concretas, tendientes a mejorar la calidad de vida del planeta y de la humanidad. (María Victoria Marchisio, 2012).

Mejoras en la salud

Salud: La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, no solamente la ausencia de enfermedad o dolencia.

Obsérvese: “Los datos son abrumadores: el cambio climático pone en peligro la salud humana. Existen soluciones, pero hemos de actuar con decisión para cambiar esta trayectoria”. (Dra. Margarte Chan, s.f.).

La buena salud es un elemento indispensable para el desarrollo humano sostenible.

El concepto de salud humana y su significado e implementación, deben ser de extrema importancia en cualquier sociedad. El acceso a la salud es un derecho inalienable del ser humano y su violación debería ser, en la práctica, fuertemente repudiada y penada.

La salud de la población hace, en su esencia, a la ética, a la calidad de vida, al grado de desarrollo y a la viabilidad de esa población.

El estado de la salud individual y colectiva en una sociedad condiciona de manera profunda e inevitable su desarrollo intelectual, económico, productivo y social. Histórica y clásicamente se definía salud como la ausencia de enfermedad en el “cuerpo”. En la práctica, aun hoy para ciertos sectores sociales este criterio, lamentablemente, perdura.

El concepto moderno de salud surge a partir de la concepción compleja y sistémica del ser humano como entidad psicofísica y social y está representado por el estado en el cual el ser humano desempeña todas sus funciones, dentro de estos ámbitos, con normalidad. La salud se califica a partir del estado integral del cuerpo, la mente, las relaciones con los otros y la comunidad organizada y con el ambiente en su sentido más amplio. El desequilibrio funcional en una o varias de estas relaciones, en su intensidad y persistencia provocan el deterioro de la salud en distintos grados y acarrea, siempre, consecuencias individuales y colectivas (enfermedad).

El estado de la salud es un importante indicador del nivel de satisfacción de las necesidades básicas, representadas por el estado/calidad de: la alimentación, la cobertura médica, la vivienda, el trabajo, la educación y el ambiente. La imposibilidad de acceder a las necesidades básicas es sinónimo de deterioro de la salud y pronóstico

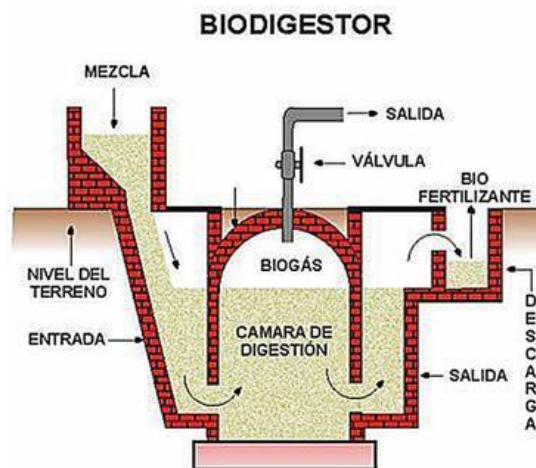
de peligro y daño. A partir de ello se desprende que la comunidad organizada debe, en forma ineludible e indelegable, generar los mecanismos a través de los cuales se brinden las posibilidades del acceso a la salud a todo ser humano.(KOCH O. C., 1993).

Nuevos proyectos, micro beneficio, biodigestores, biojardineras

Los micros beneficios son microempresas de desarrollo nacional que se dedican a la producción de café.

Un biodigestor es un contenedor hermético que permite la descomposición de la materia orgánica en condiciones anaeróbicas y facilita la extracción del gas resultante para su uso como energía. El biodigestor cuenta con una entrada para el material orgánico, un espacio para su descomposición, una salida con válvula de control para el gas (biogás) y una salida para el material ya procesado (bioabono). (Guerrero, 2016).

Ilustración 4 Ejemplo de Biodigestor



Las biojardineras o humedales construidos son unidades para el tratamiento de aguas residuales, principalmente las que provienen de una vivienda, aunque también se usan en proyectos de dimensiones mayores como comunidades, residenciales, industrias u hoteles. Una biojardinera es un recipiente o excavación impermeable. No se le debe escapar el agua. Puede construirse con diferentes materiales como concreto, ferro cemento, bloques o ladrillos, plástico reforzado con fibra de vidrio o simplemente

logrando impermeabilizar el suelo con telas de plástico o con el mismo suelo, si es arcilloso. (Elías Rosales, 2005).

Trabajo en equipo

Un equipo de trabajo es un conjunto de personas que se organizan de una forma determinada para lograr un objetivo común. En esta definición están implícitos los tres elementos clave del trabajo en equipo:

- ✚ **Conjunto de personas:** Los equipos de trabajo están formados por personas, que aportan a estos una serie de características diferenciales (experiencia, formación, personalidad, aptitudes, otros), que van a influir decisivamente en los resultados obtenidos de esos equipos.
- ✚ **Organización:** Existen diversas formas en las que un equipo se puede organizar para el logro de una determinada meta u objetivo, pero, por lo general, en las empresas esta organización implica algún tipo de división de tareas. Esto supone que cada miembro del equipo realiza una serie de tareas de modo independiente, pero es responsable del total de los resultados del equipo.
- ✚ **Objetivo común:** Las personas tienen un conjunto de necesidades y objetivos que buscan satisfacer en todos los ámbitos de su vida, incluido el trabajo. Una de las claves del buen funcionamiento de un equipo de trabajo es que las metas personales sean compatibles con los objetivos del equipo. (Enciclopedia Financiera, 2016).

Estructura Organizacional

La estructura organizacional es la división de todas las actividades de una empresa que se agrupan para formar áreas o departamentos, estableciendo autoridades, que a través de la organización y coordinación buscan alcanzar objetivos. (Rojas, 2012).

Mercado Meta

El mercado es una institución social que establece las condiciones para el intercambio de bienes y servicios. En el mercado, los vendedores y los compradores entablan una

relación comercial para desarrollar transacciones, intercambios o acuerdos. Puede decirse que, más allá de un espacio físico, el mercado surge o se materializa en el momento en que los vendedores se relacionan con los compradores y se articula un mecanismo de oferta y demanda. La noción de mercado meta, mercado objetivo o target hace referencia al destinatario ideal de un producto o servicio. El mercado meta, por lo tanto, es el sector de la población al que está dirigido un bien. (Pérez Porto, 2014).

Comercialización

Comercialización es uno de los procesos que reviste de mayor importancia no solo porque es el canal o puente mediante el cual los productos llegan o se trasladan desde las áreas de producción hasta los centros de consumo, sino también porque promueve el uso de numerosos recursos físicos y estimula la división del trabajo, la especialización e impulsa la creación de industrias transformadoras, factores determinantes en el desarrollo económico de cualquier país. (Morales Matamoros & Arturo, 1985).

Promoción

La Promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal. (Thompson I. , 2010).

Publicidad

La Publicidad consiste en “la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o

audiencias cercanas de sus productos, servicios, organizaciones o ideas". (American Marketing Association, 2013).

Comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado. (Kotler, 2013).

CAPÍTULO
IV
Marco Metodológico

Una investigación es la búsqueda de conocimiento o de soluciones a problemas de carácter científico y cultural. Los investigadores estudian un área para registrar de una manera organizada y detallada, un conjunto de información sobre lo que se está explorando. Fuente especificada no válida..

4.1 Enfoque Metodológico o Tipo de Estudio

4.1.1 Investigación Descriptiva

El propósito de un estudio descriptivo es determinar cómo se manifiestan determinados fenómenos; además, que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de comunidades, personas o grupos de personas.

Como su nombre lo indica, la investigación descriptiva plantea como tema central la descripción de los fenómenos. Se sitúa en el primer grado del conocimiento científico por su amplitud en la investigación, utilizando la observación, estudios correlacionados y de desarrollo (Sampieri, 2006).

La investigación es descriptiva porque en ella se detallan actividades comunes realizadas por los miembros de la Asociación Mixta de AMAGRO. Estas se quieren demostrar a los turistas en la modalidad de *turismo rural comunitario*, mediante actividades vivenciales y haciendo que los turistas sean parte de ellas.

4.1.2 Metodología Cuantitativa

La metodología cuantitativa permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la estadística.

Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea lineal. Es decir, que haya claridad entre sus elementos; que sea posible definirlo y limitarlo; saber exactamente dónde se inicia el problema, en cuál dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos.

Los elementos constituidos por un problema de investigación lineal, se denominan: variables, relación entre variables y unidad de observación.

Edelmira G. La Rosa (1995), dice que para que exista metodología cuantitativa debe haber claridad entre los elementos de investigación, desde donde este inicia hasta donde termina, el abordaje de los datos es estático y se les asigna significado numérico.

El abordaje de los datos cuantitativos es estadístico, hace demostraciones con los aspectos separados de su todo, a los que se asigna significado numérico y hace inferencias.

- La objetividad es la única forma de alcanzar el conocimiento, por lo que utiliza la medición exhaustiva y controlada, intentando buscar la certeza.
- El objeto de estudio es el elemento singular empírico. Sostiene que existe relación de independencia entre el sujeto y el objeto, ya que el investigador tiene una perspectiva desde afuera.
- La teoría es el elemento fundamental de la investigación social, le aporta su origen, su marco y su fin.
- La comprensión es explicativa y predicativa de la realidad, bajo una concepción objetiva, unitaria, estática y reduccionista.
- La concepción lineal de la investigación se da a través de una estrategia deductiva.
- Es de método Hipotético – Deductivo.

En el presente proyecto se evidencia una metodología cuantitativa en los cuestionarios aplicados a distintas empresas públicas y privadas, con el fin de recopilar información sobre el objeto de estudio. Se trata de pequeños cuestionarios de preguntas y respuestas cerradas, que darán el enfoque a resultados cuantitativos del estudio.

4.1.3 Metodología Cualitativa

La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una

cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

En investigaciones cualitativas se debe hablar de entendimiento en profundidad en lugar de exactitud: se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible.

Dentro de las características principales de esta de metodología, se pueden mencionar:

- ✓ La investigación cualitativa es inductiva.
- ✓ Se trata de estudios en pequeña escala que solo se representan a sí mismos.
- ✓ No suele probar teorías o hipótesis. Es, principalmente, un método de generar teorías e hipótesis.
- ✓ No tiene reglas de procedimiento. El método de recolección de datos no se especifica previamente. Las variables no quedan definidas operativamente, ni suelen ser susceptibles de medición.
- ✓ La base está en la intuición. La investigación es de naturaleza flexible, evolucionaria y recursiva.
- ✓ Se pueden incorporar hallazgos que no se habían previsto.
- ✓ Los investigadores cualitativos participan en la investigación a través de la interacción con los sujetos que estudian; es el instrumento de medida.

Se refuerza en esta investigación cualitativa la permanencia o la visita en el lugar, lo cual permite crear un concepto para plantear la propuesta de investigación. Se realiza, además, la aplicación de entrevistas abiertas, mediante relatos con sus miembros.

4.2 Sujetos y Fuentes

4.2.1 Sujetos

Es la definición de quiénes son las personas objetos de estudio; también se le conoce como población o universo. Según Barrantes (2005:135) “la población: conjunto de elementos que tienen características en común... Pueden ser finitas o infinitas”.

4.2.2 Fuentes

Las fuentes de información son diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento. Esto, con el fin de conocer, distinguir y seleccionar la adecuada para el trabajo que se está realizando, como parte del proceso de investigación. Se pueden destacar dos tipos de fuentes de información: las primarias y secundarias, las cuales se usarán en este proyecto.

4.2.2.1 Fuentes Primarias

Son personas físicas o jurídicas, en capacidad de suministrar información, que se busca para un fin específico y relacionado con una investigación en particular. En este caso, la fuente primaria o actores clave serían los miembros de la Asociación Mixta Agroecoturística (AMAGRO). También están los informantes claves, quienes son los representantes de AMAGRO; es decir La Cámara de Turismo de Cedral, las instituciones gubernamentales y/o privadas (ICT, MAG, Tour operadoras, entre otras).

4.2.2.2 Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias permiten obtener información a partir de documentos o datos recopilados por otros; se obtienen de la revisión bibliográfica, tales como información de páginas web, tesis realizadas, libros, revistas, redes sociales entre otros.

Las fuentes secundarias consultadas para efectos de este trabajo, fueron principalmente tesis relacionadas con formulación de proyectos de turismo rural comunitario; estudios como el Plan de Desarrollo Turístico de Montes de Oro; revistas turísticas; páginas web oficiales de instituciones gubernamentales como el ICT, ACTUAR, MAG, INDER, entre otras.

4.3 Técnicas de recolección de información

Con el fin de obtener la información necesaria para conocer las necesidades, se hará uso de los siguientes métodos de investigación.

4.3.1 Entrevistas

Es la comunicación establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto.

Se aplicaron dos entrevistas: una al presidente de Asociación Amagro, dividida en dos partes; la primera parte se relaciona con la historia de creación y proceso de conformación de Amagro; la segunda parte se fundamenta en la caracterización de la asociación, integrantes y estructura. Esta entrevista fue aplicada de manera directa y con ella se inició la investigación; permitió sustentar el inicio y así definir los objetivos y el planteamiento del tema.

La segunda entrevista se aplicó al presidente de la Cámara de Turismo de Cedral. Esta es semiestructurada, es decir, se desarrollan 13 preguntas orientadas a conocer la percepción sobre el potencial de la Asociación para el desarrollo del proyecto turístico, la intervención de la Cámara y el gobierno local en la Asociación y para indagar sobre la existencia de estudios de mercado, publicidad turística y planes de desarrollo para la zona de Arancibia.

4.3.2 Cuestionario

Es el método que utiliza un instrumento impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio y que el consultado llena por sí mismo.

Las herramientas se aplicarán a los miembros de AMAGRO, la Cámara de Turismo de Cedral y a instituciones gubernamentales y privadas que han venido trabajando con la Asociación.

Los cuestionarios están dirigidos a AMAGRO, la Cámara de Turismo de Cedral y a instituciones gubernamentales y privadas. Las preguntas elaboradas son de estilo cerrado y tienen como objeto, entre otros, conocer las percepciones acerca del potencial turístico de la zona, y en específico de AMAGRO; la relación que tienen con la Asociación, y los conocimientos acerca del programa Mejoramiento de Calidad de vida, así como la opinión sobre la estructura organizativa de la Asociación.

4.4 Método de muestreo

Se conoce como *muestreo* al proceso de extracción de una muestra a partir de la población; el proceso esencial del muestreo consiste en identificar la población que estará representada en el estudio.

4.4.1 Tipo de muestreo

4.4.1.1 Muestreo No Probabilístico

El muestreo no probabilístico (o muestreo no aleatorio) es la técnica de muestreo donde los elementos son elegidos a juicio del investigador. No se conoce la probabilidad con la que se puede seleccionar a cada individuo.

El muestreo no probabilístico se utiliza cuando es imposible o muy difícil obtener la muestra por métodos de muestreo probabilístico.

Las muestras seleccionadas por métodos de muestreo no aleatorios intentan ser representativas bajo los criterios del investigador, pero en ningún caso garantizan la representatividad.

Hay 4 formas de muestreo no probabilístico:

- ✓ Conveniencia.
- ✓ Cuota (se basa en la estratificación).
- ✓ Selección (elección de los entrevistados; es el caso típico de los informantes claves).
- ✓ Cadena de referencias (bola de nieve).

En esta investigación la forma de muestreo que se utiliza es la de selección, pues se escogieron a las empresas y/o informantes claves que se quería entrevistar.

4.4.1.2 Muestreo por selección

- En este muestreo se eligen a las personas que se van a entrevistar, encuestar o para grupos focales.
- Los ejemplos más típicos son el de las entrevistas a informantes claves o grupos focales.

- También se puede combinar con el muestreo por cuota y usarlo para muestrear dentro de los grupos estratificados.
- A sus resultados no se les puede atribuir valor estadístico y a veces no son fáciles de publicar científicamente.

4.5 Universo y Muestra

4.5.1 Universo

Es el conjunto de personas, cosas sujetas a una investigación, que tienen, algunas características. Ello, ante la posibilidad de investigar el conjunto en su totalidad (Sampieri, 2006).

A continuación, se muestra un cuadro con empresas u organizaciones que han trabajado con la Asociación Mixta Agro Ecoturística (AMAGRO), desde su conformación.

Tabla 12 Alianzas con AMAGRO

Alianzas Estratégicas	
Instituto de Desarrollo Rural (INDER)	Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE)
Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)	Cámara de turismo Rural de Cedral
Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)	Instituto Costarricense de Turismo (ICT)

4.5.2 Muestra

La muestra para la investigación estará compuesta por

- Miembros de Junta Directiva de AMAGRO (5 miembros).
- Tours Operadores de Puntarenas (3 tour operadoras).
- Empresas de Turismo Rural (4 empresas).
- Entidades gubernamentales (5 entidades).
- ONG´s (1).

➤ Taxis públicos (1).

Es una parte del universo, la cual debe de tener las mismas características de este, ya que lo representa. Se utiliza cuando no es conveniente considerar a todos los elementos que lo componen (Sampieri, 2006).

Este caso, se toman en cuenta todos los miembros de AMAGRO; a los demás se les aplicarán los instrumentos solo si han venido trabajando con la Asociación.

Se aplicarán tres cuestionarios a los representantes de las instituciones públicas que han trabajado con la asociación de AMAGRO; de igual manera, se realizarán entrevistas a los miembros de la Asociación.

4.6 Forma en que se analizarán e interpretarán los resultados

Para el análisis e interpretación de las preguntas realizadas a la Cámara de Turismo de Cedral y a instituciones gubernamentales y privadas a través de las encuestas; así como las preguntas y entrevistas aplicadas a AMAGRO, se desarrollará el siguiente procedimiento:

4.6.1 Objetivo

Es la finalidad de lo que se pretende alcanzar mediante la investigación; de esta manera, se podrá obtener con mayor claridad de lo que se está investigando.

4.6.2 Cuadro de resultados

Por medio de este se mostrará la información recopilada en las encuestas y cuestionarios, para crear así una asimilación con los resultados obtenidos en la investigación.

Los resultados se presentarán en función de cada objetivo específico, su variable e indicador respectivo.

4.6.3 Representación gráfica

Los resultados obtenidos por medio del cuestionario aplicado a los señores la Cámara de Turismo de Cedral y a instituciones gubernamentales y privadas, se mostrará de forma gráfica, para una mejor interpretación.

4.6.4 Interpretación

Esta será la mejor forma de expresar y plantear de forma clara, la información obtenida por medio de la investigación.

4.6.5 Matriz de Variables

A continuación, se presenta una matriz de variables en la que se define conceptual y operativamente el objetivo de cada variable, según el mapa conceptual.

Matriz de Variables			
REFERENTE	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERATIVA
AMAGRO	CARACTERIZACIÓN	Según la RAE, Caracterizar se define como: determinar los atributos peculiares de alguien o de algo, de modo que claramente se distinga de los demás.	Se refiere a el conocimiento del entorno de un lugar (clima, geografía, actividades) que identifique , en este caso de AMGARO
	PROYECTO DE TURISMO RURAL	Experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad.	Se refiere a toda aquella actividad de estilo rural que se brinde en un lugar, proporcionando al turista una experiencia y beneficios de los lugares rurales.
	MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA	Según la OMG se define como Calidad de Vida: "la percepción de un individuo de su situación de vida, puesto que en su contexto de su cultura y sistemas de valores, en relación a sus objetivos, expectativas, estándares y preocupaciones"	Se refiere a toda captación de un individuo para mejorar su estilo de vida, por medio de cambios en sus costumbres de salud y valores en el cuál sea para ello un beneficio.
SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	SERVICIOS	Los servicios son acciones que se llevan a cabo para lograr la satisfacción de una necesidad de una o más personas. Turístico, por su parte, es aquello relacionado con el turismo.	Se refiere a todos aquellos servicios en donde se pueda satisfacer al turista de una manera más cómoda, satisfaciendo sus necesidades básicas y de placer.
	PRODUCTOS	Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos.	Se refiere a un conjunto de componentes, de los cuales logren satisfacer al cliente, en su actividad turística.
ORGANIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	La estructura organizacional, define muchas características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentos.	Se refiere a la estructura en la que se conforma una empresa o asociación, para establecer los objetivos, mandos y jerarquías con las que se trabajará.
	MERCADO META	Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar.	Se refiere al mercado seleccionado para desempeñar los servicios y productos del cuál la asociación se presta, es decir el mercado meta que se desvelve en el sector del turismo rural.
	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	La promoción se refiere a la sensibilización del cliente de un producto o marca, generando ventas y creando lealtad de marca. La publicidad es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo.	Se refiere a los métodos de dar a conocer el producto o servicio que se estará brindando de la empresa o asociación, de manera tal que se pueda captar la atención del cliente y a su vez satisfacer sus necesidades.

CAPÍTULO
V
Interpretación y Análisis
de Resultados

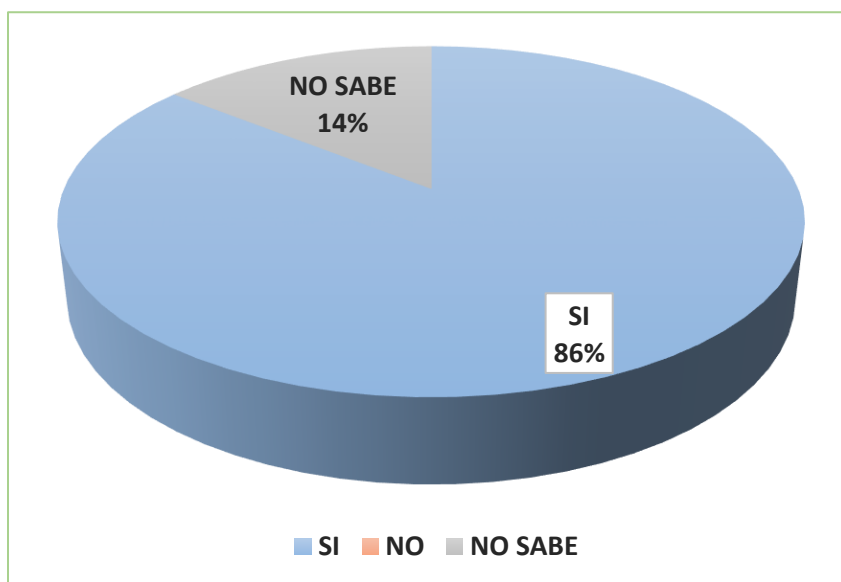
5.1 Interpretación y análisis de resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de parte de los actores externos seleccionados, a saber, funcionarios de instituciones gubernamentales y no gubernamentales, representantes de empresas de turismo rural comunitario, empresarios de tour operadoras y taxistas. Se presentan los objetivos específicos y cada uno de sus indicadores y variables correspondientes.

Gráfico #1: Percepción de potencial turístico de AMAGRO

Variable 1.2 Proyecto de Turismo Rural Comunitario

Indicador: Potencial turístico



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario a funcionarios de instituciones públicas.

De las organizaciones encuestadas, el 86% considera que AMAGRO cuenta con potencial para desarrollar la actividad turística rural, mientras un 14% indica no saber.

Dentro de los elementos que los entrevistados destacan como potenciadores turísticos mencionan que es una organización que cuenta con un recurso humano con capacidades para trabajar en equipo, con conocimiento del medio rural, con calidez humana: *“existe una unión en la comunidad que les ha permitido*

permanecer y fortalecerse en el tiempo"; además que están ubicados en una zona muy atractiva y rica en recursos naturales, además de la belleza de las fincas. El proceso de mejora continua y apoyo institucional es una gran fortaleza que aporta al potencial, por ejemplo, la asociación adquirió un micro beneficio y nuevos invernaderos.

Otros aspectos importantes que se obtiene como resultado es que cuentan con una planta turística, la cual se puede adaptar y mejorar para la atención de los turistas, tal es el caso del salón comunal y una casa abandonada que se puede habilitar para ofrecer hospedaje a los turistas y las casas de los vecinos son rústicas y acogedoras. Así también, mencionan como aspecto importante las habilidades culinarias de las señoras de la comunidad.

En general sobresalen una serie de activos para desarrollar el turismo rural comunitario, como la naciente del río Aranjuez, lugares aledaños como la laguna de Arancibia. Son elementos con los que cuentan y que dándoles valor se pueden ofrecer como servicio turístico. La importancia de avanzar y consolidarse en cada proyecto es una señal que muestra que pueden proyectarse como futura empresa de turismo.

A continuación, se presentan algunas citas de funcionarios y empresarios sobre el potencial turístico de AMAGRO:

“Porque tienen una riqueza natural en su finca de gran belleza. Además, cuentan con el salón comunal el cual necesita mejoras, pero pueden ir avanzando y mejorar las instalaciones. Las señoras tienen habilidades culinarias e incluso hay una casa abandonada que se puede habilitar para que el turista descanse en un medio rural hermoso, durante unos días. También, el área donde están las viviendas es acogedor...”. (Funcionaria CNFL).

“Es una excelente organización con mucho potencial para desarrollar y avanzar; sin embargo, ese avance deben hacerlo poco a poco, consolidando cada proyecto o actividad antes de pasar al siguiente”. (Funcionaria MAG).

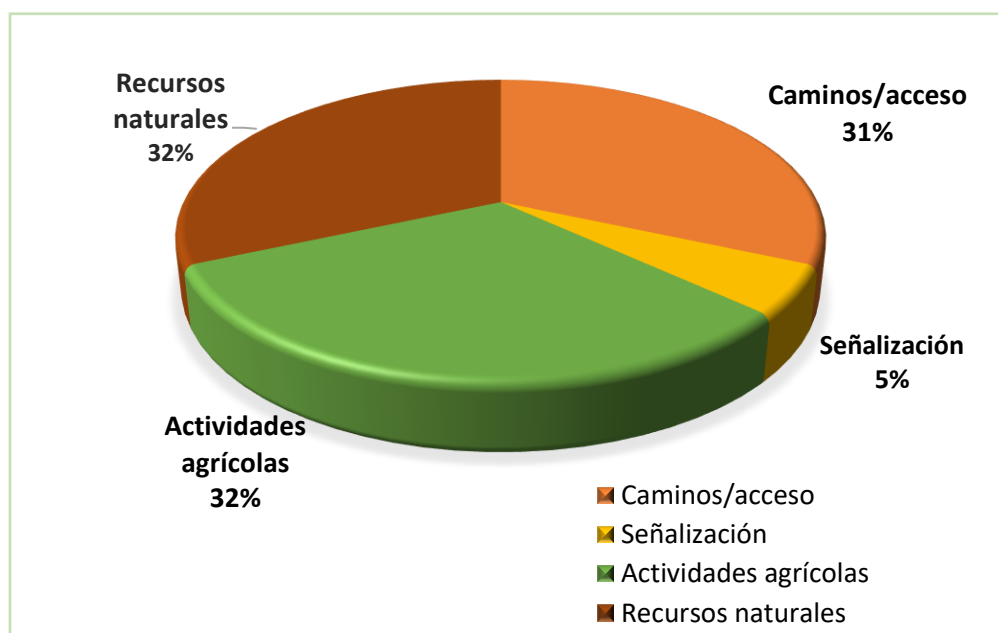
“En un país pequeño como Costa Rica, todos los proyectos de TRC, son competencia entre sí, porque este tipo de turismo busca experiencias únicas desde una perspectiva rural; por ello, cada proyecto debe innovar diariamente para hacer

de su producto el más atractivo y lograr así mayor cantidad de ventas de su producto". (Los Campesinos Lodge).

Gráfico #2: Elementos para desarrollar el proyecto turístico rural

Variable 1.2 Proyecto de Turismo Rural Comunitario.

Indicadores: Actividades agrícolas y Aprovechamiento de Recursos Naturales



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario a funcionarios de instituciones públicas.

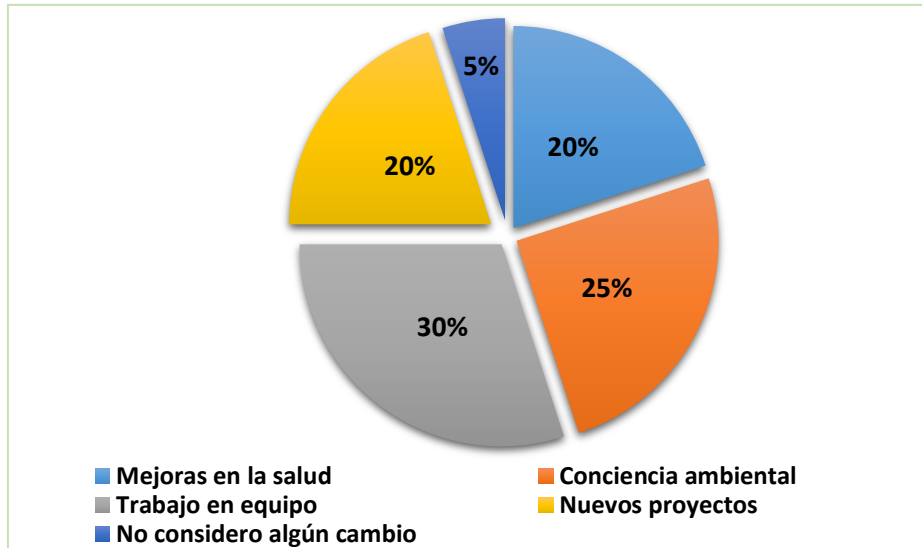
Como se muestra en el gráfico #2, con respecto a los elementos adecuados con los que cuenta AMAGRO para desarrollar el proyecto de turismo rural comunitario, un 32% señala que cuentan con recursos naturales, y actividades agrícolas aptas y un 31% con caminos y acceso adecuados y un 5% por con señalización óptima, para desarrollar actividades de turismo rural comunitario.

Es decir, los elementos más adecuados están relacionados con los atractivos naturales y las actividades agrícolas que se desarrollan, mientras que el acceso es un aspecto que puede ser una limitante para el desarrollo de la actividad y la señalización es una debilidad en cuanto a infraestructura mínima adecuada.

Gráfico #3: Percepción de los beneficios del Programa Mejoramiento de Calidad de Vida

Variable 1.3 Programa Mejoramiento de Calidad de Vida.

Indicadores: mejoras en la salud, trabajo en equipo, conciencia ambiental



Fuente: Propia a partir del cuestionario realizado a funcionarios de instituciones públicas

De las instituciones gubernamentales consultadas el 86% conoce el programa de mejoramiento de calidad de vida que desarrollan en AMAGRO. Según el gráfico #3, los resultados del plan de mejoramiento de calidad de vida que más han contribuido a la Asociación son el trabajo en equipo con 30% y la conciencia ambiental en con 25%, seguido por mejoras en la salud con 20% y el desarrollo de nuevos proyectos con un 20%, tales como el manejo de las aguas residuales por medio de la biojardinera, micro beneficio, mejoramiento de las plantaciones de café; y señalan que próximamente los patios de secado para el café, huertas orgánicas de auto consumo, mejoramiento de sus áreas de café, el reciclaje de los remanentes de la finca, además el programa ha incentivado la unión familiar.

Ninguna de las empresas de turismo encuestadas indica tener conocimiento acerca del programa de mejoramiento de calidad de vida. Lo cual es un aspecto importante de destacar, ya que este programa es un elemento que diferencia a AMAGRO de las demás empresas de turismo.

El representante de la Cámara de Turismo de Cedral realiza el siguiente comentario:

“El concepto de mejoramiento de calidad de vida debe observarse, palparlo y hablarlo, pues de lo contrario, no se entenderá y es lo que hace en este momento a AMAGRO diferenciarse de otros grupos que no siguen este estilo de vida”.

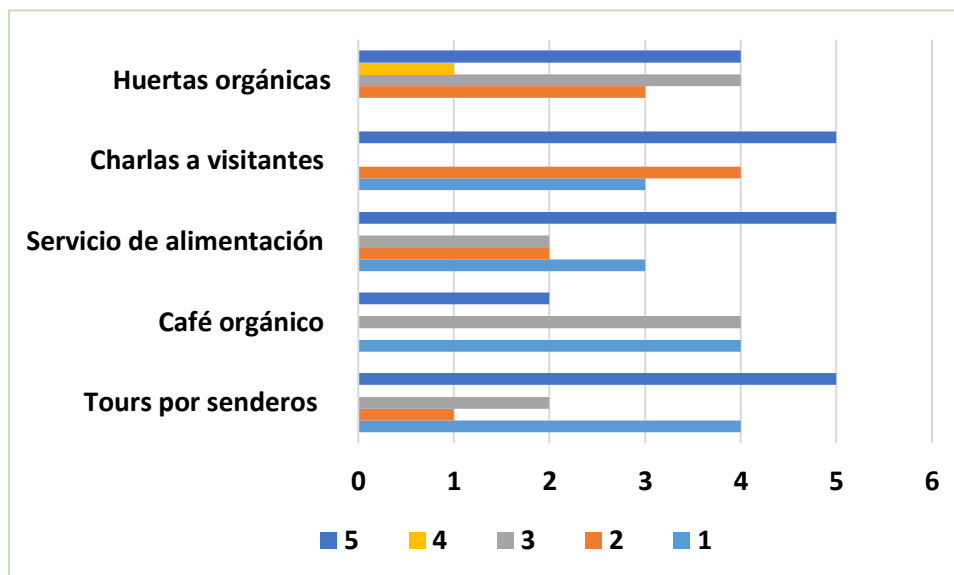
La funcionaria del CNFL hace referencia a los logros de la Asociación, gracias al programa de mejoramiento de calidad de vida. En sus propias palabras, indica:

“Los miembros de esa comunidad han crecido en conocimiento de sí mismos, de la salud, de lo que son capaces y se dieron el chance a soñar y creérselo; solo así se logra la superación y ellos van en camino. Son un grupo de luchadores que vale la pena apoyar”.

Gráfico #4: Servicios potenciales para la actividad turística rural comunitaria

Variable 2.1 Servicios y Productos Turísticos.

Indicadores: huertas, charlas, alimentación, café, senderos.



Fuente: Propia a partir de cuestionario realizado a instituciones públicas, empresarios turísticos y tour operadores.

En el gráfico anterior se demuestra que los tours en los senderos, las charlas y el servicio de alimentación, seguidos de la demostración de huertas y tour de café, son

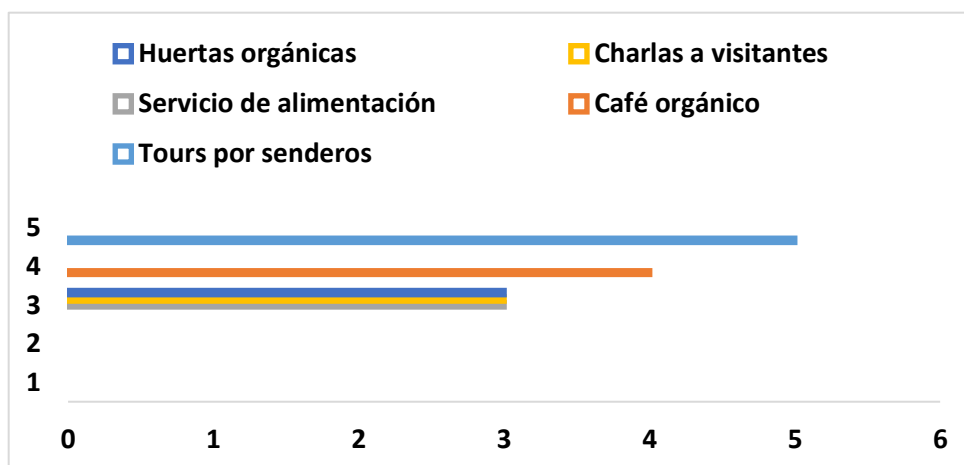
los servicios de mayor relevancia para desarrollar las actividades de turismo rural comunitario, según lo indicado por las instituciones y empresarios turísticos.

De esta información se desprende que los servicios potenciales para la actividad turística rural comunitaria están al alcance de AMAGRO para ser realizados. Son elementos que están disponibles y con oportunidad de ser mejorados dándoles valor a dichos elementos por medio de una correcta estructura y organización.

Gráfico #5: Servicios dispuestos a ofrecer por AMAGRO

Variable 2.1 Servicios y Productos Turísticos

Indicadores: huertas, charlas, alimentación, café, senderos.



Fuente: Propia a partir de entrevista realizada a presidente de AMAGRO.

La percepción de los funcionarios públicos y los empresarios turísticos en el resultado anterior coincide con lo contestado por el presidente de AMAGRO, como se muestra en el gráfico #5, quien considera, estar dispuesto a ofrecer en primer lugar tour por senderos de las fincas, seguidos del tour de café y en tercer lugar, los servicios de alimentación, las charlas y las huertas orgánicas familiares.

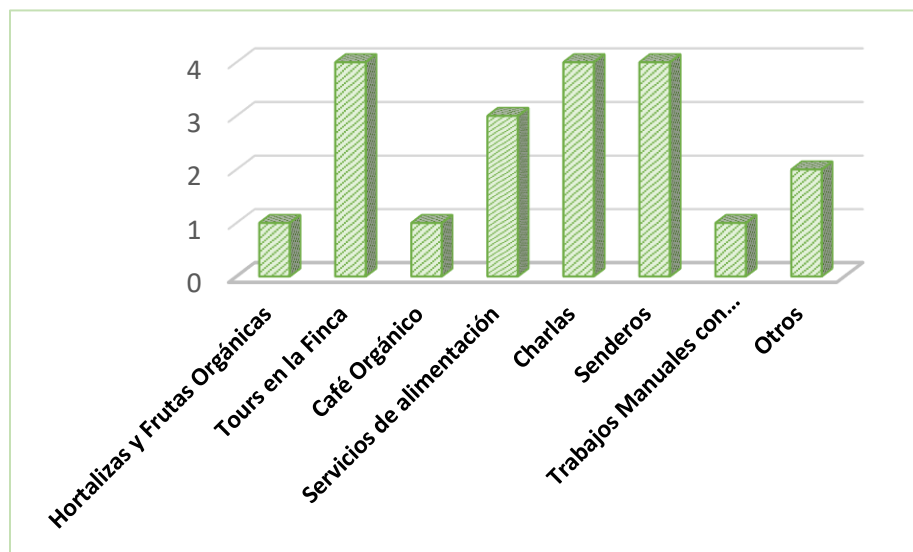
Dentro del área comunitaria cuentan con senderos rodeados de bosque secundario que han habilitado para realizar caminatas, así mismo, los cultivos de café

sostenible y orgánico son de las actividades que se realizan dentro de la finca y de las que están dispuestos a ofrecer.

Gráfico #6: Productos y servicios ofrecidos en los proyectos de turismo rural comunitario

Variable 2.1 Servicios y Productos Turísticos

Indicadores: huertas, charlas, alimentación, café, senderos.



Fuente: Propia a partir de cuestionario realizado a empresarios de turismo rural en CR.

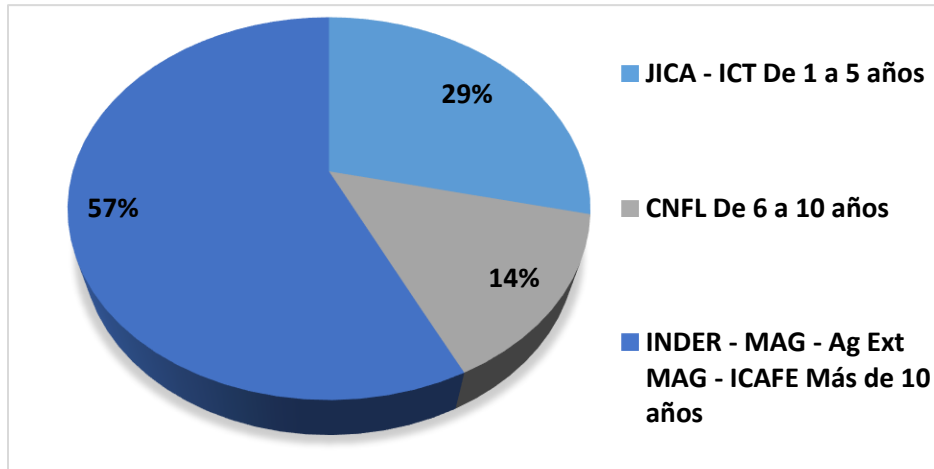
En el gráfico #6 los empresarios turísticos indican que los servicios ofrecidos en sus empresas son tours en la finca, que incluyen senderos, charlas y servicio de alimentación.

Por lo anterior, se muestra que las empresas de la zona tienen características que les permite el desarrollo del turismo rural comunitario que se destaca ofrecer servicios basados en los atractivos naturales y en las actividades agrícolas rurales, complementando con servicios de alimentación y hospedaje, entre otros.

Gráfico #7: Tiempo de atención de instituciones en AMAGRO

Variable 3.1 Estructura organizativa y organizaciones colaboradoras

Indicador: Organizaciones colaboradoras: apoyo en capacitaciones



Fuente: Elaboración propia a partir de entrevista a instituciones de gobierno.

Como se muestra en el gráfico #7 JICA e ICT proporcionan el 57% de apoyo en capacitaciones, ya que, han trabajado con la asociación en un promedio de 1 a 5 años, mientras que la CNFL que ha permanecido de 6 a 10 años, brinda el 14% de aportes en capacitaciones y las instituciones MAG, INDER e ICAFE tienen más de 10 años de trabajar con AMAGRO por lo que proveen el mayor porcentaje, el 57%, de capacitaciones. Esto demuestra la buena relación que tiene la Asociación con diversos actores externos.

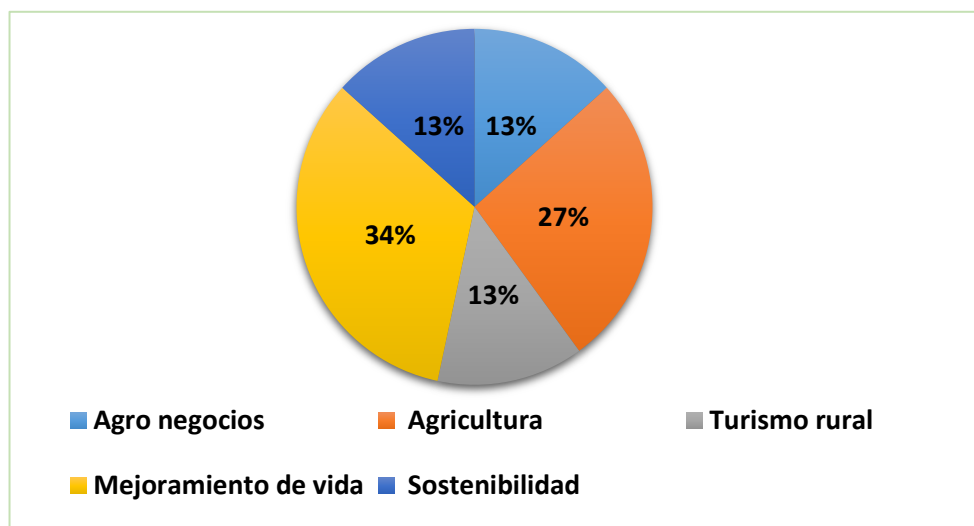
Este apoyo en capacitaciones técnicas, brindadas por las instituciones anteriormente dichas, se especializan en temas ambientales y de producción del café y hortalizas orgánicas.

En este ámbito la asistencia técnica en tema de turismo rural comunitario es clave para la proyección futura de AMAGRO. También es necesario mayor apoyo en áreas como financiamiento a largo plazo, promoción y comercialización, mercado, certificaciones, etc.

Gráfico #8: Áreas de capacitación dadas a AMAGRO

Variable 3.1 Estructura organizativa y organizaciones colaboradoras

Indicador: Organizaciones colaboradoras: apoyo en capacitaciones



Fuente: Elaboración propia a partir de entrevista a instituciones de gobierno.

En el gráfico anterior se muestran las áreas de capacitación que las instituciones han realizado en AMAGRO; los temas son diversos, mayormente en mejoramiento de vida con un 34%, seguido de agricultura con un 27%, las demás aportaciones en capacitación como el turismo rural comunitario, agro negocios y sostenibilidad, obtienen un porcentaje de 13% cada uno, por lo que son de menor grado de capacitación en la Asociación.

Lo anterior evidencia la importancia de fortalecer las capacidades de los actores locales en los temas de turismo rural, empresariedad, gestión de negocios sostenibles, comercialización, y en áreas relacionadas con el proyecto que se propone en el presente trabajo.

En relación con su estructura organizativa para realizar turismo rural comunitario, se obtienen los siguientes comentarios:

“Necesitan más capacitación para desarrollar áreas muy específicas en materia de turismo, porque ellos tienen capacidades más desarrolladas en el campo agropecuario, ambiente y sostenibilidad”. (Funcionaria del MAG).

“Se deben hacer esfuerzos por capacitar a todos los miembros en el tema de turismo rural comunitario; cada día ese segmento cambia y deben estar a la vanguardia en las nuevas tendencias, especialmente de comercialización y de tiempos de respuesta”. (Funcionario ICT).

Gráfico #9: Mercado meta para empresarios de turismo rural comunitario

Variable 3.2 Mercado meta

Indicadores: clientes potenciales



Fuente: Propia a partir de cuestionario realizado a empresarios de TRC.

Las empresas de turismo entrevistadas señalan que la mayor parte de su mercado meta son personas interesadas en la vivencia rural, seguidos de naturalistas y estudiantes universitarios.

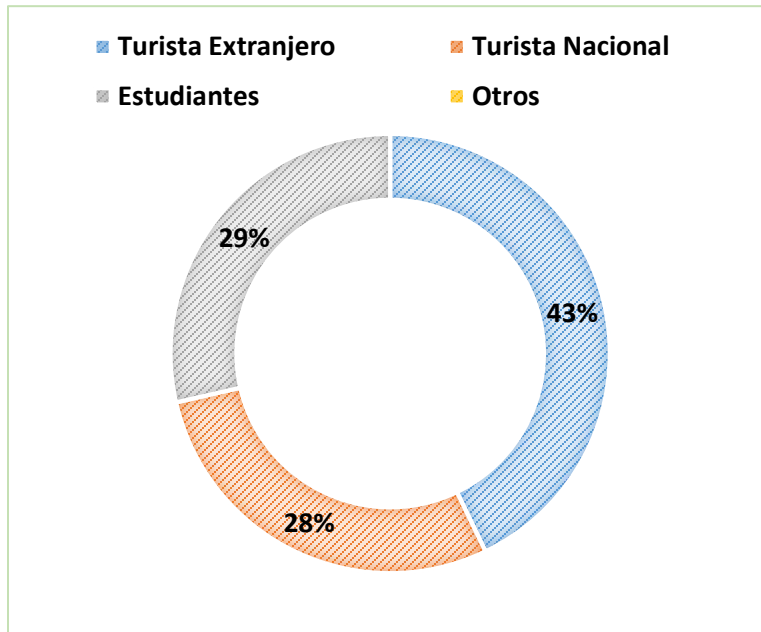
Las personas orientadas hacia una revalorización de lo tradicional, un interés por el medio ambiente, y actividades con fines culturales, educativos y vivenciales son el mercado meta de las actividades de turismo rural comunitario.

El perfil del cliente de turismo rural comunitario es de una persona con alto valor educativo, generalmente profesional, estudiantes o pensionados que buscan una experiencia más educativa y es sensible al contacto con la gente local.

Gráfico #10: Clientes potenciales según tour operadores

Variable 3.2 Mercado meta

Indicadores: clientes potenciales



Fuente: Propia a partir de cuestionario realizado a tour operador

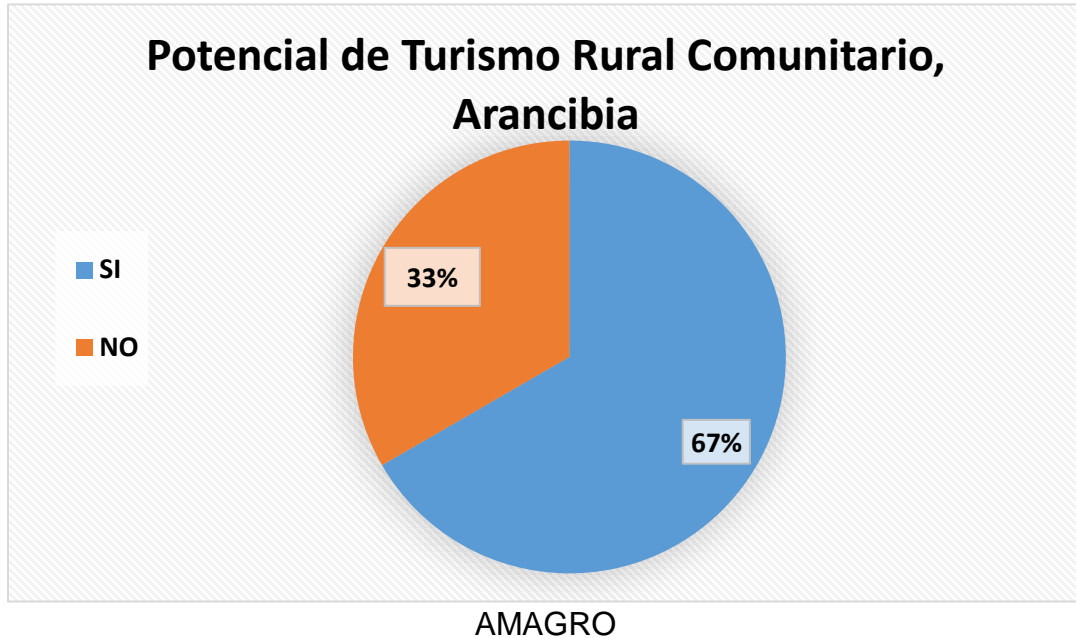
Como se muestra en el gráfico #10, los clientes potenciales en primer lugar son extranjeros en un 43%, seguidos de estudiantes nacionales en un 29% y turistas nacionales en un 28%.

Los empresarios entrevistados, Arenas Travel, Varso Travel y Green Path Tours and Rental, perciben mayor potencial en el turismo extranjero, ya que, se tiene una alianza estrecha, por vinculación con los cruceros que arriban en Puntarenas, además el turismo rural comunitario, en particular es una actividad novedosa por lo que, en muchas de las universidades y colegios técnicos se imparte la carrera de Turismo Rural, por esta razón las visitas de estudiantes de diferentes instituciones educativas (nacionales y extranjeros) es el segundo porcentaje alto de clientes potenciales para AMAGRO. También se muestra que es necesario un fortalecimiento del fomento del turismo rural comunitario al turista nacional, como anteriormente se ha dicho es una actividad novedosa y en crecimiento.

Gráfico #11: Clientes potenciales según tour operadores

Variable 3.2 Mercado meta

Indicadores: Percepción de tour operadores sobre potencial turístico de



Fuente: Propia a partir de cuestionario realizado a tour operadores

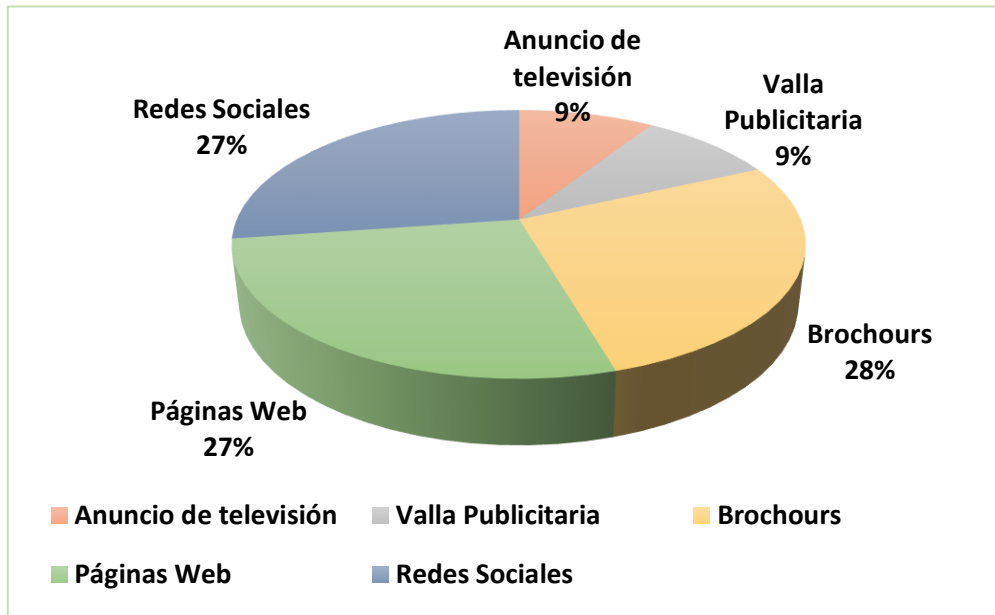
En el gráfico anterior se muestra la consulta que se les realizó a los empresarios de Tour Operadores sobre el potencial de la zona de Arancibia para el turismo rural comunitario, un 67% considera que el lugar cuenta con buen potencial para desarrollar la actividad turística, mientras que un 33% considera que no cree tener capacidad para desenvolver el turismo rural comunitario.

Sin embargo, se interpreta que existe una mayor percepción positiva acerca del potencial de desarrollar el Turismo Rural Comunitario en la zona de Arancibia, ya que cuenta con recursos naturales desenvolverse en esta actividad.

Gráfico #12: Publicidad y promoción de tour operadores

Variable 3.3 Promoción y publicidad

Indicadores: páginas web, redes sociales, brochours, vallas, tv.



Fuente: Propia a partir de cuestionario realizado a empresas tour operadoras.

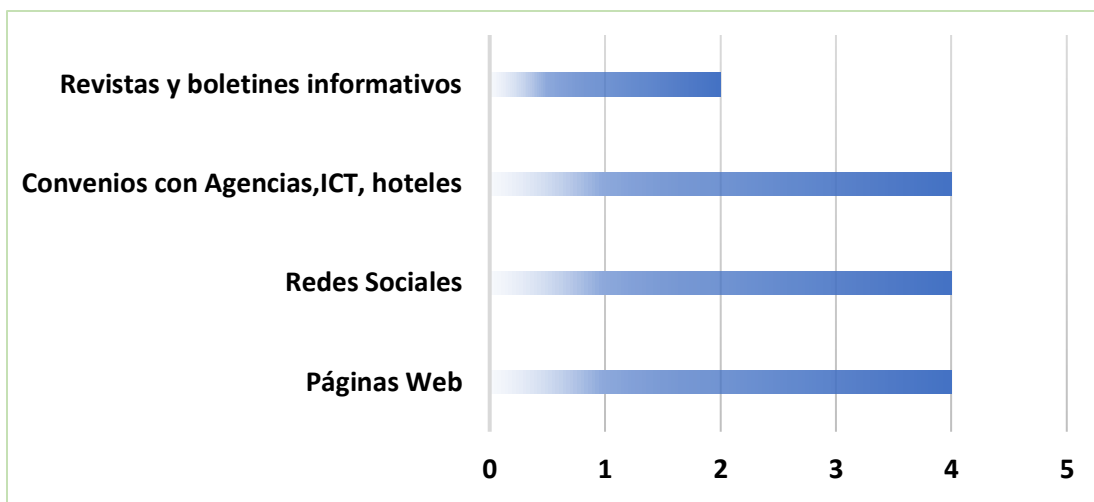
El 100% de las empresas tour operadoras indican estar dispuestas a agregar dentro de su oferta, tours en la zona de Arancibia, al preguntarles el porqué, señalan que por motivo de la cercanía. A la vez, indican que promocionarían el lugar como un destino para sus clientes. Como principal medio de promoción, indican que utilizan las páginas web y las redes sociales con 27% y con brochours en un 28%.

De lo anterior, un aspecto clave es que las empresas de tour operadoras pueden ser una alternativa para que AMAGRO considere generar convenios con estas, sirviéndoles de intermediarios. Así también, es importante resaltar que los medios de promoción para los tours operadores son las páginas web y las redes sociales.

Gráfico #13: Publicidad y promoción de empresas de turismo rural comunitario

Variable 3.3 Promoción y publicidad

Indicadores: páginas web, redes sociales, convenios, vallas, tv.



Fuente: Propia a partir de cuestionario realizado a empresas de turismo rural.

Referente a la publicidad, los empresarios de turismo rural comunitario indican que las páginas web, las redes y convenios con agencias de viajes y hoteles son la principal herramienta utilizada, seguido de boletines y revistas informativas.

De lo anterior, se evidencia que los principales medios de promoción para las empresas de turismo rural comunitario son las páginas web, redes sociales y convenios con agencias y hoteles.

De esta forma se puede generar información válida acerca de los medios que la asociación AMAGRO puede utilizar para promocionar la empresa de turismo rural comunitario.

Resultado de Entrevista a presidente de la Cámara de Turismo

En la entrevista realizada al presidente de la Cámara de Turismo de Cedral, este indica tener relación con la Asociación de AMAGRO, pues un representante de ellos es miembro de la Junta directiva de la Cámara. La Cámara lleva un año trabajando con AMAGRO; indica que el gobierno local interviene en el desarrollo de la comunidad por medio de arreglos en la carretera y recolección de basura doméstica periódicamente. Considera que la zona de Arancibia tiene potencial para desarrollar actividades de turismo rural comunitario, y particularmente AMAGRO, por diversas potencialidades como el cultivo del café, los dos micros beneficios, la naciente del río Aranjuez como parte de su capital natural. Recalca la cercanía de cinco trapiches de bueyes que se encuentran funcionando, y que se mantienen costumbres rurales típicas de la zona, así como la amabilidad de su gente.

Comenta tener conocimiento sobre estudios de mercado que se han realizado para el desarrollo turístico en la zona.

Indica que en la zona de Arancibia hay la posibilidad de obtener financiamiento para proyectos por motivo del *Corredor Biológico del Pájaro Campana*, el cual es parte de la zona. Comenta acerca del trabajo que ha realizado la Cámara de Turismo en el fomento de la actividad turística en la zona de Arancibia, a saber: han realizado visitas a los proyectos, desarrollo de un video promocional, visita de periodistas latinoamericanos, participación en la elaboración del proyecto del *Corredor del Pájaro Campana* con la Fundación Neotrópica, entre otros.

Por el momento no cuentan con un plan de promoción o publicidad, ni trabajan la estrategia de cadenas de valor para potenciar el desarrollo turístico de la zona. Comenta que el plan de desarrollo turístico de Montes de Oro-Miramar, en especial la incidencia para la zona de Arancibia, incluye la participación de la Cámara de Cedral, pero no incluye actividades para Arancibia, por ubicarse en otro cantón.

CAPÍTULO

VI

Conclusiones y
Recomendaciones

6.1 Conclusiones y Recomendaciones

Con base en los cuestionarios y entrevistas realizadas a diferentes empresarios y miembros de instituciones públicas que dan apoyo a la zona de Arancibia, en especial a la Asociación Mixta Agro Ecoturística, se pudieron extraer varios factores, de donde se desprenden las conclusiones y recomendaciones hacia AMAGRO, para desarrollar el proyecto turístico rural comunitario deseado.

A continuación, se detallan las conclusiones y recomendaciones, conforme con los objetivos principalmente enfocados en esta investigación.

Objetivo Específico #1

Analizar las características y condiciones existentes en el territorio de AMAGRO para la incorporación del turismo rural comunitario en la zona.

Conclusión

Se concluye que, AMAGRO es un lugar apto para la realización de actividades turísticas de tipo rural, pues presenta condiciones climáticas, servicios y productos que se asocian con este tipo de turismo.

AMAGRO es una comunidad que practica muchas de las actividades comúnmente realizadas en empresas de turismo rural, por ejemplo: caminata por el bosque, actividades agropecuarias como ordeñar, sembrar cultivos orgánicos, pesca de truchas y bagres; además un plus que diferencia a la Asociación, es trabajar con el programa de Mejoramiento de Calidad de Vida.

Los funcionarios de las instituciones entrevistados, recalcan que el recurso humano, la ubicación, su entorno natural y cultural, le permite competir como una organización enfocada en segmento de turismo rural comunitario. Los biodigestores, senderos, actividades agropecuarias, invernaderos, agricultura orgánica, micro beneficio, entre otros, son elementos útiles para desarrollar en la actividad rural comunitaria. A la vez, mencionan que el hospedaje es un elemento

importante y que el lugar es apto para realizar un tour de aves. Además, consideran que AMAGRO sería una competencia para sus empresas.

El programa de mejoramiento de calidad vida de la Asociación se considera un fuerte potencial para desarrollar la actividad de turismo rural comunitario, esto porque ninguno de los empresarios encuestados cuenta con dicho programa, por lo que es un aspecto diferenciador para AMAGRO. Así mismo, los entrevistados reconocen los logros obtenidos gracias al programa, el cual ha sido el principal motor del cambio que ha tenido el grupo de familias de la comunidad.

Se establecen elementos importantes que AMAGRO define como servicios y productos para brindar al cliente; de esta manera, la Asociación puede ser diferenciadora, al tener programas como el de Mejoramiento de Calidad de Vida, Bandera Azul Ecológica y programas de cultivo de productos orgánicos como hortalizas, frutas y el café orgánico, entre otros; este es uno de los elementos que genera ingresos económicos a las familias de la Asociación. Por tanto, se reconoce que el programa es una oportunidad para emprender nuevos proyectos como el propuesto.

Recomendaciones:

1. Crear senderos aptos dentro del bosque y en los alrededores de la finca, con el fin que el turista pueda disfrutar de la experiencia y vivencia que el lugar promueve. A su vez, un mirador constituye un buen recurso para el desarrollo turístico.
2. Implementar señalización en la comunidad, tanto para el acceso al lugar como dentro de la finca (información de los tipos de árboles y plantas, en los senderos).
3. Adecuar el área del comedor y cocina, para ofrecer el servicio de alimentos y bebidas a los visitantes.
4. Adecuar un espacio para la atención de los visitantes y realización de charlas de la comunidad.

5. Implementar tours de temporada, por ejemplo, para avistamiento de aves en migración, cosecha de café y otros productos.
6. Creación de viveros en la comunidad y huertas orgánicas más grandes, para expandir el cultivo de los productos orgánicos.

Objetivo Específico #2

Establecer los servicios y productos del proyecto turístico rural, con el fin de que constituya una alternativa para la generación de recursos económicos en la comunidad.

Conclusión

La Asociación Mixta Agro Ecoturística (AMAGRO), presenta condiciones óptimas para el desarrollo de una actividad turística. Se establecen en ella productos y servicios con alta calidad del potencial que los identifica. Además, tienen una conformación asociativa que facilita el acceso a créditos o apoyo económico de parte de diferentes donantes; esto representaría una generación económica alternativa para las familias que integran la Asociación y para la comunidad de Arancibia.

Es importante conocer los servicios que ofrece la mayoría de empresas de turismo, siempre teniendo en cuenta elementos diferenciadores en el servicio por ofrecer.

Por las características de la comunidad, mismas que cumplen los requerimientos de la Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario, señala que sí se pueden explotar las actividades turísticas como hospedaje y servicio de alimentos y bebidas, se puede establecer bajo la categoría de “posadas de turismo rural” contando con un mínimo de 3 habitaciones, dotadas de baño privado, que pueda ofrecer los servicios de alimentación y se encuentre localizado en un entorno rural definido por Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

Recomendaciones:

1. Ofrecer charlas a los turistas que visitan la zona acerca del programa de Mejoramiento de Calidad de Vida. Mediante la promoción y las alianzas estratégicas lograr la visitación de turistas interesados en un tipo de turismo rural comunitario y en el desarrollo de la comunidad.
2. Promocionar a AMAGRO como un proyecto turístico que cuenta el programa de Mejoramiento de Calidad de Vida y Bandera Azul Ecológica, el cual se puede demostrar mediante la experiencia vivencial de los turistas, los cuales al tener un acercamiento con los integrantes de la asociación conocerán la experiencia de la comunidad y los logros que han obtenido gracias al Programa de Mejoramiento de Calidad de Vida.
3. Incentivar a los clientes a la práctica de los métodos de vivencia de la comunidad, mediante, el consumo de productos orgánicos, reutilización de desechos, creación de huertos caseros, entre otros; lo cual se aborda en detalle en el capítulo siguiente.
4. A partir de los excedentes, crear productos para la venta, tales como conservas de guayaba y productos orgánicos como hortalizas que se generan en la zona, los cuales pueden ser vendidos en las ferias del agricultor, para lo cual se necesitará un programa de capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de productos con valor agregado, establecer la marca, presentación del producto y medios de comercialización, Todos estos competentes se incluyen en la propuesta.
5. Realizar un inventario de flora y fauna en la comunidad y brindar información acerca de esto a los clientes que visiten el lugar, para ello, se considera hacer una solicitud a centros académicos como universidades y que estudiantes realicen dicho inventario para que sea incluido dentro de la información que se ofrezca a los visitantes.

Objetivo Específico #3

Elaborar una estrategia de comercialización y un estudio organizacional del proyecto a desarrollar en AMAGRO.

Conclusión

AMAGRO es una asociación que no está consolidada aún como proyecto turístico, inicialmente los programas que ha obtenido eran para logros personales de las familias y presentar las mejores condiciones para desarrollar actividades turísticas.

Lo anterior, se convierte en una debilidad para la Asociación; sin embargo, AMAGRO ha avanzado en gestión con entidades que le brindan guía y apoyo y refuerzan el potencial que esta Asociación tiene, lo cual genera apoyo para el desarrollo de la actividad.

De acuerdo con las entrevistas respecto a la estructura organizativa, 4 instituciones consideran que cuentan con estructura adecuada gracias a su figura asociativa, entre los aspectos que destacan como aptos para la estructura están: cuentan con una estructura organizacional, diversos comités y un beneficio de café que los obliga a mejorar aspectos de manejo de los recursos económicos, sin embargo, debe mejorar la gestión, administración y negociación.

Es decir, no cuenta con una estructura organizativa para el desarrollo de una actividad de tipo turismo rural y no tiene registros contables; sin embargo, la figura asociativa posee puestos y funciones que se pueden potenciar para la estructura organizativa de la empresa de turismo, tales como tesorería, secretariado y operaciones.

AMAGRO no cuenta con ninguna estrategia de comercialización; al mantener relaciones de apoyo con las instituciones como el ICT, JICA, Cámara de Turismo de Cedral, INDER, MAG, entre otras, hace que la Asociación tenga una ventaja para comercializar su comunidad en el país a manera de destino turístico, para tener acceso de apoyo técnico a fuentes de financiamiento, apoyo a la formalización,

capacitación, entre otras. Por tanto, AMAGRO puede gestionar con dichas instituciones el apoyo para la comercialización mediante la participación en ferias promocionales de turismo, afiliaciones a redes de turismo regional o nacional, participación en programas de turismo rural comunitario, asesorías, entre otros.

En el ámbito de la capacitación es necesario iniciar un proceso de entrenamiento de los miembros en distintas áreas, para generar conocimiento e involucramiento en la actividad de servicios turísticos. El proceso de capacitación y las áreas específicas que se requieren para poder iniciar con la operación del negocio, son abordadas en la propuesta.

Recomendaciones:

1. Buscar más apoyos y afiliación con diferentes cooperativas, instituciones y/o entidades para la obtener ingresos económicos para su producto turístico, para ello se presenta una propuesta de las posibles alianzas estratégicas en el capítulo siguiente.
2. Capacitaciones para los integrantes de la Asociación en temas de administración, servicio al cliente, manipulación de alimentos, computación, inglés, rotulación y señalización turística, entre otros. El detalle de la propuesta de capacitación se presenta en el capítulo siguiente.
3. Crear alianzas con tour operadores de la zona de Puntarenas y alrededores, para comercializar y promocionar a AMAGRO como producto turístico, lo cual se aborda en la propuesta de las posibles alianzas estratégicas.
4. Establecer programas de exhibición, donde cada miembro de la asociación exponga el desarrollo turístico que se genera en cada parcela en que está dividida la finca.
5. Comercializar sus productos orgánicos en las ferias agrícolas de las ciudades de Esparza y Barranca.

6. Creación de una página web para promover el desarrollo turístico de la zona. Se ha iniciado con un perfil en la red social Facebook el cual se presenta en el capítulo siguiente.
7. Creación de un logotipo para la promoción de la asociación de AMAGRO.
8. Implementación de planes de promoción y comercialización mediante materiales de apoyo como mapas, folletos, página web, facebook y videos, los cual se aborda ampliamente en la propuesta del presente trabajo.
9. Talleres de desarrollo y fortalecimiento de capacidades de tipo empresarial como gestión del negocio de turismo, producción, valor agregado e intercambio de experiencias, que contribuyan al empoderamiento de los integrantes de la asociación, con ayuda de organizaciones aliadas.

CAPÍTULO

VII

Propuesta

Para la ejecución de empresas de turismo rural comunitario es necesaria la implementación de acciones que lleven al logro de los objetivos, para lo cual es necesaria la toma de decisiones efectivas.

Componentes clave para la conformación de la empresa de turismo rural comunitario es una estructuración de paquetes turísticos, la promoción comercial, así como la conformación y fortalecimiento de una estructura organizativa para la gestión del turismo mediante el asesoramiento empresarial y comercial en temas de hospedaje, gastronomía o atención al cliente que se les ayude a generar productos turísticos.

En este sentido, es necesaria la inserción dentro de cadenas de valor turísticas que involucre a diferentes actores como las comunidades, transportistas, agencias locales, tour operadores, entre otros. Asimismo, la generación de alianzas estratégicas es un componente clave para el fortalecimiento del proyecto, creando relación entre sectores público-privado que les permita tener acceso a capital político, social y económico que son esenciales para el desarrollo de la actividad.

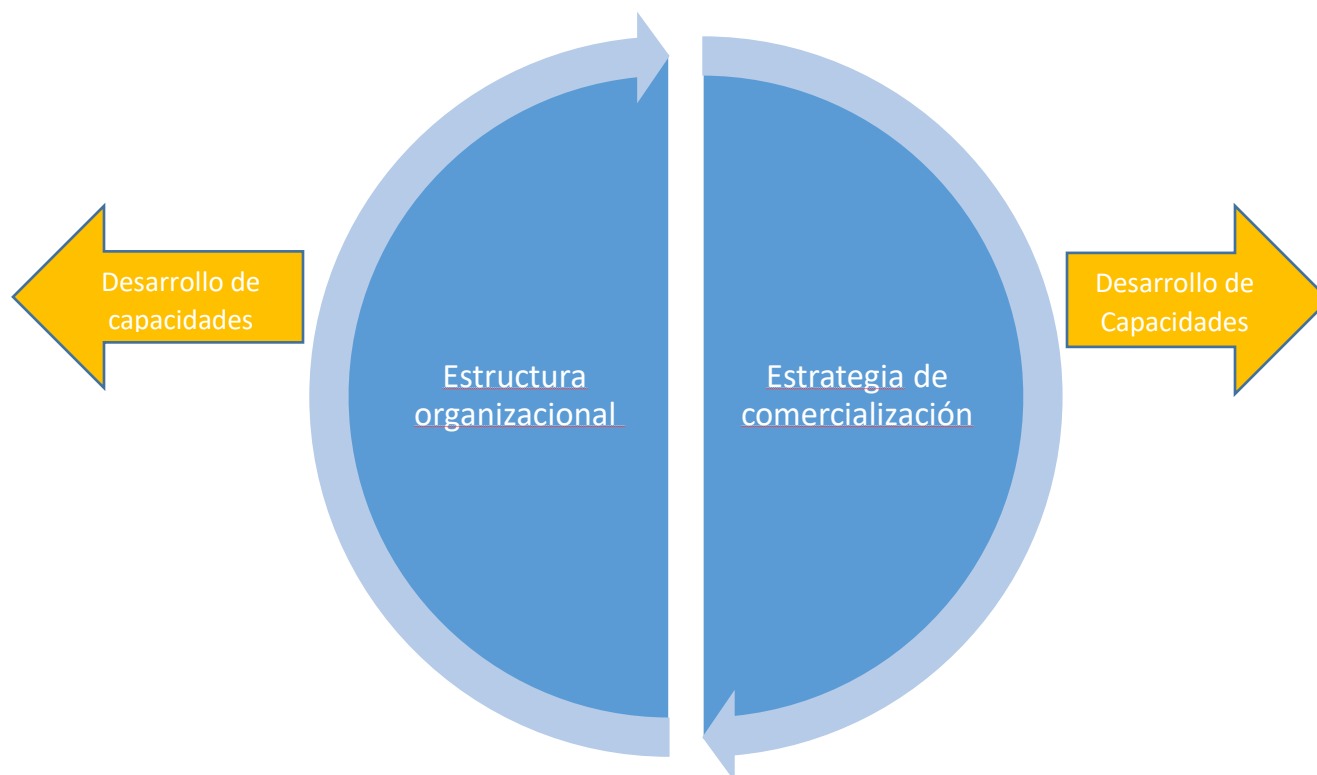
Complementariamente, es importante que el proyecto contribuya a la inclusión de las mujeres y los jóvenes en las actividades turísticas, así como al mejoramiento de las condiciones de vida y salud de las personas participantes.

En esta propuesta se desarrollará dos ámbitos en los que AMAGRO, debe desenvolverse para generar actividad turística, ya que cumple con recursos para generar el turismo rural comunitario. Los ámbitos en los que se recomienda trabajar son en el estudio organizativo y una estrategia de comercialización, por lo que ambos se desarrollaran de forma recomendable para que los asociados de AMAGRO, tomen como base esta propuesta y puedan incursionar en la actividad turística, utilizando a su favor recursos naturales y programas diferenciadores, como lo es el Mejoramiento de la Calidad de Vida.

Para efectos de la propuesta de este trabajo se abordarán la estructura organizacional y el fortalecimiento de la misma, y la estrategia de comercialización

que incluya alianzas estratégicas como temas priorizados, para lo cual se plantea el siguiente esquema.

Ilustración 5 Componentes Propuestos Para AMAGRO



Fuente: Propia.

Los componentes seleccionados para esta propuesta, resultaron de la necesidad de intervenir en dos componentes:

- Elaborar una estructura organizativa acompañada con el fortalecimiento de la asociatividad empresarial de AMAGRO a través de capacitaciones.
- Establecer una estrategia de comercialización y las alianzas estratégicas con sectores públicos y privados.

Cada componente se desarrolla seguidamente.

7.1 Estructura Organizativa

La estructura organizacional es fundamental en toda empresa. Define las características de cómo se va a organizar; tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras.

Las organizaciones deben contar con una estructura organizacional de acuerdo con todas las actividades o tareas que pretenden realizar. Una correcta estructura les permitirá establecer sus funciones, y departamentos con la finalidad de producir sus servicios o productos; ello, mediante un orden y un adecuado control para alcanzar sus metas y objetivos.

En el turismo rural comunitario, la gestión de calidad equivale a una gestión autosuficiente y formalizada de todas las operaciones relacionadas con la actividad turística por parte de las comunidades participantes, lo cual supone la existencia de funciones y roles definidos en las comunidades, así como la aplicación de mecanismos e instrumentos de trabajo específicos para el turismo por cada actor de la organización.

Los proyectos de Turismo Rural Comunitario deben ser complementarios a cualquier otra actividad económica ya existente en la comunidad y deben construirse inicialmente dentro de la estructura organizacional existente. Por lo tanto, AMAGRO cuenta ya con una actividad económica, la recolección y venta de café a empresas mayoristas; la actividad turística será un complemento para este producto estrella que la asociación brinda de antemano, para el sustento de la comunidad, sin que ésta modifique totalmente las actividades ya existentes dentro de su comunidad, además que utilice la estructura de asociatividad que posee la comunidad.

Al ser una asociación, cuenta ya con una estructura organizativa de estilo horizontal, que busca en cada una de sus áreas integración y trabajo en equipo. Además, está legalmente constituida y cuenta con normativas acordes con la legislación jurídica establecida para las Asociaciones de tipo Bienestar Social, creada por medio de la

Ley 218, en donde participan 12 miembros, todos con un cargo específico. Sin embargo, es importante contar con una estructura organizativa comunitaria que permita la gestión de la actividad turística con calidad.

De acuerdo con (CODESPA, 2011) algunas de las características principales de las asociaciones y redes comunitarias que constituyen una estructura organizativa y permiten brindar servicios de calidad son las siguientes:

- ✓ Están formalizadas.
- ✓ Realizan reuniones con frecuencia mensual para coordinar acciones.
- ✓ Llevan actas de reunión.
- ✓ Promueven la cohesión interna.
- ✓ Disponen de reglamentos internos para su buen gobierno.
- ✓ Reparten las funciones entre sus miembros y tienen claridad sobre las mismas.
- ✓ Funcionan con procesos de gestión transparentes (con rendición de cuentas) y vigilan el reparto de beneficios.
- ✓ Revisan y controlan la calidad de sus asociados y emprendimientos.
- ✓ Brindan servicios de turismo de manera coordinada.

De acuerdo con lo anterior, se evidencia el cumplimiento de algunas características por parte de la Asociación AMAGRO, tal y como se indica en el capítulo II, la asociación realiza reuniones mensuales, cuenta con un plan de trabajo con responsabilidades y roles asignados para el debido cumplimiento, realiza rendición de cuentas, llevan actas de reuniones, etc. Por tanto, existen condiciones apropiadas para llevar a cabo un proyecto de TRC a través de la consolidación organizacional mediante el fortalecimiento y desarrollo de capacidades de los miembros por medio de estrategias combinadas de entrega de conocimientos, aprendizaje en la práctica y recuperación e intercambio de saberes y experiencias.

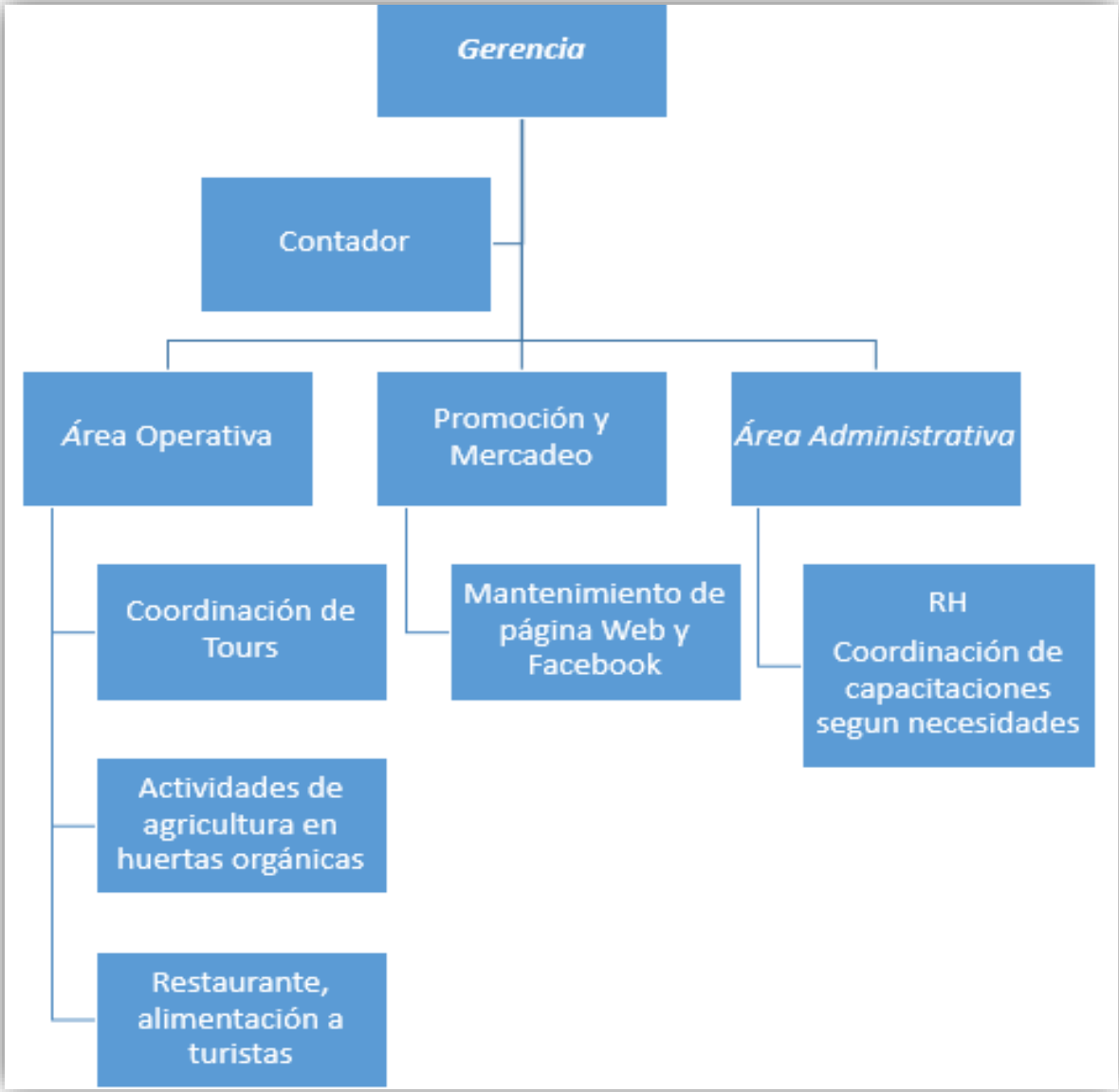
Organigrama

Para efectos de este trabajo, se propone que AMAGRO utilice un tipo de organigrama lineal - matricial, por ser una empresa de turismo nueva es necesario

contar con el apoyo de todas las áreas para la realización de todas las actividades, con el fin de obtener los mayores beneficios con la optimización de recursos y la prestación de un servicio basado en la eficiencia y eficacia. Donde exista una interrelación y colaboración de todas las áreas que conforman la empresa y a la vez exista mayor optimización de recursos y procesos, permitiendo así un mayor compromiso con las necesidades de los clientes y mayor eficiencia en el desarrollo de su objeto social.

Se propone la siguiente estructura organizativa:

Ilustración 6 Estructura Organizativa para AMAGRO



En la figura se visualiza un solo gerente, quien puede ser el presidente o vicepresidente de la Asociación y participa en las actividades comerciales de la empresa, luego siguen los otros cargos operativos, mercadeo y administración que son los encargados de los recorridos, colaboran con el área comercial y trámites administrativos y por último un asesor que es el contador.

La toma de decisiones está a cargo del gerente, sin embargo, pueden tomar las decisiones de manera conjunta, tal y como se establece en la figura asociativa, además cada miembro de la organización tiene autonomía en sus decisiones de acuerdo al grado de complejidad y la capacidad para resolver problemas.

Así mismo, se establecen perfiles operarios de las actividades que se han de desarrollar para el funcionamiento de la operación del negocio. Debe existir un involucramiento de parte de los miembros y estos deben aprender a desarrollar su capacidad organizativa, a atender público, a comunicarse con los clientes y a mostrar que están preparados para el autoaprendizaje.

Perfiles de Puesto

El perfil de puesto es un instrumento que describe las competencias y capacidades requeridas para el desempeño de una ocupación u oficio, basado en las necesidades del mercado. Los elementos de competencia especifican de manera detallada lo que el participante debe ser capaz de hacer en cada situación real de trabajo y evidencian el saber hacer.

A continuación, se detallan las actividades generales basadas en procesos, métodos y procedimientos por desempeñar, según las áreas:

Gerencia:

- Dirigir a las distintas áreas, supervisando los trabajos realizados.
- Procedimientos de organización, control, y administración; de promoción y comercialización de productos.
- Negociar con proveedores, clientes y organismos, buscando las condiciones más ventajosas en las operaciones comerciales.

- Crear, desarrollar y mantener buenas relaciones con clientes reales o potenciales y con los miembros de la comunidad.

Área Operativa:

- Organizar y mantener los espacios turísticos en buenas condiciones de limpieza y mantenimiento (granjas, viviendas, jardines, miradores, senderos y entorno en general), considerando medidas de protección al medioambiente.
- Realizar la limpieza de comedor, cocina, baños y áreas comunales, aplicando normas de calidad, higiene y seguridad.
- Preparar, presentar y servir alimentos y bebidas, de acuerdo con las normas de calidad, seguridad e higiene.
- Vigilar la seguridad y el buen estado de los espacios turísticos e instalaciones, mobiliario y equipos de la vivienda rural.
- Recoger, acompañar, informar y despedir a las personas o grupos, cumpliendo los itinerarios y requerimientos de atención establecidos.

Promoción y Mercadeo:

- Dar mantenimiento y seguimiento a la página de Facebook y en un futuro a la página web, contestando las consultas de las personas y respondiendo mensajes.
- Promover la venta de productos o servicios, mediante los medios o relaciones adecuados, en función de la actividad comercial requerida.
- Crear, desarrollar y mantener buenas relaciones con clientes reales o potenciales.

Área de Administrativa:

- Contratación de personal requerido, según necesidades.

Gestión Ambiental:

- Conocer las condiciones del medio-ambiente e implementar actividades para protegerlo.

- Coordinación en la separación y recolección de material reciclable en las casas de habitación y áreas comunales.
- Velar por el uso adecuado de los recursos naturales.

Capacitación:

- Identificar y enlistar las necesidades de capacitación para darles seguimiento.
- Tener contactos con las instituciones capacitadoras para solicitar sesiones y dar seguimiento en el cumplimiento de estas.

La estrategia cuenta con un eje transversal que es indispensable para poder desarrollar los componentes de estructura organizativa y estrategia de comercialización, este eje es el *desarrollo y fortalecimiento de capacidades locales* a través de las capacitaciones, cual se presenta seguidamente.

7.1.1 Desarrollo y fortalecimiento de Capacidades

El desarrollo de capacidades debe ser un proceso integral y permanente para los integrantes de la Asociación AMAGRO, siendo un aspecto indispensable el fortalecimiento de capacidades para la ejecución de las actividades turísticas

AMAGRO cuenta con un proceso previo de gestión comunitaria a través de los programas y proyectos que se ha desarrollado en la zona, por esta razón existe un proceso encaminado hacia el fortalecimiento de capacidades, lo cual sirve de impulso para el proyecto propuesto.

Tabla 13 Temas a abordar en el Desarrollo de Capacidades de AMAGRO

Enfoque	Contenido Temático	Objetivo	Método	Participantes
Capacitación en gestión de Microempresas turísticas que aborden todos los eslabones de la cadena de operación turística (prestación de servicios, alimentación, control de calidad, comercialización).	Organización y administración, servicio al cliente, servicios de alimentación, Cursos de inglés básico, etc..	Contribuir al empoderamiento de los miembros.	Curso corto - taller.	Mujeres, hombres y jóvenes de Junta Directiva
Asistencia técnica para la operación del negocio.	Manipulación de alimentos, senderismo, señalización. Valor agregado: Producción, envasado y etiquetado (Ej. Mermeladas de guayaba).	Fortalecer las capacidades de los integrantes para que puedan operar el negocio y crear productos con valor agregado.	Curso corto y taller.	Mujeres, hombres y jóvenes de Junta Directiva
Enfoque en la participación y apropiación de la comunidad (empoderamiento) sobre la gestión del negocio	Intercambio de experiencias con empresas asociativas rurales exitosas: Búsqueda y establecimiento de nuevas alianzas y mercados.	Fomentar las dinámicas emprendedoras en la economía local (que conozcan experiencias exitosas que alimenten la actitud emprendedora de los mismos	Visitas y posteriores talleres de intercambio.	Mujeres, hombres y jóvenes de Junta Directiva

Fuente: propia

Adicionalmente, se deben considerar ciertos elementos transversales, es decir, que se vean reflejados en todos los temas abordados en el proceso de capacitación que se propone para la asociación. Estos elementos son atención al turista, estándares de calidad en el turismo rural comunitario, organización comunitaria, desarrollo del producto (Infraestructura para operaciones, equipamiento, señalización, producción y valor agregado, rescate del Enfoque de Mejoramiento de Calidad de Vida como aspecto cultural de la comunidad).

Es importante mencionar que se debe dar seguimiento y monitoreo a los resultados y actividades en el cumplimiento de los objetivos del programa de fortalecimiento de capacidades. Es ideal que una persona líder de la comunidad tome el rol de dar seguimiento a la puesta en práctica de lo aprendido durante las sesiones de capacitaciones. Así mismo, por medio de entidades de apoyo técnico, financiero, capacitaciones como el INDER, el MAG, el INA, CONAESS entre otros.

El seguimiento debe contemplar:

- Plan de desarrollo, como instrumento para organizar su visión, misión, valores, objetivos.
- Plan de negocio, como ayuda para gestionar y acceder a fuentes de financiamiento, además para determinar la viabilidad del negocio.
- Plan de fortalecimiento de capacidades, que se base en una búsqueda de entrenamiento y capacitación continua con base en las necesidades de la Asociación.

7.2 Estrategia de Comercialización

La comercialización es el conjunto de actividades vinculadas al intercambio de bienes y servicios entre productores y consumidores, es decir poner a la venta un producto o darle condiciones para su distribución y venta.

7.2.1 Marca

La marca es el nombre que se convierte en la identidad del negocio, siendo que AMAGRO es una asociación constituida y con reconocimiento en la zona, se propone utilizar el mismo nombre como empresa de turismo rural comunitario. El objetivo de la marca es que ésta desarrolle una función distintiva al momento en que el turista tome la decisión de hacer uso del servicio turístico. Por tanto, a través del diseño del eslogan y logotipo que conforman la marca del producto turístico se pretende que el turista comprenda mejor cuál es el producto que se ofrece, qué atractivos tiene y qué lo diferencia de otros productos turísticos.

7.2.2 Logo

Se recomienda utilizar un logo llamativo que interese al turista, que a su vez pueda contemplar en una imagen gráfica el tipo de empresa de la Asociación. Por lo que se propone los siguientes modelos en los que AMAGRO puede basarse para formar su propio logo de identificación:

Ilustración 7 Modelo de Logo #1



Fuente: Propia, a partir de logotipo de ASIRMI AC.

Este logotipo fue tomado como ejemplo de una Asociación de Silvicultores en Chiapas, México y adaptado para Amagro únicamente como referencia para que Amagro elabore su propio logo. En este logo se quiere rescatar la importancia de la fusión que tiene la naturaleza con el ser humano de una manera campestre y sostenible, es un conjunto de imágenes montadas, para lograr el dibujo exacto, del cual se describe de la siguiente manera:

- * **Árbol:** describe la riqueza en la naturaleza que habita el lugar de Arancibia, donde se encuentra ubicada la finca de la Asociación.
- * **Campesino:** es la relación del ser humano con la naturaleza, el uso y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales que tiene a su disposición.
- * **AMAGRO:** son las siglas que compone la Asociación Mixta Agro-Ecoturística, es el nombre que lleva la empresa como tal.
- * **Color Verde:** refleja los recursos naturales de la zona.
- * **Color Café:** es la base del árbol, el tronco que lo sostiene, es la tierra que le brinda la riqueza al campesino para aprovechar de sus recursos y estar en armonía tierra-campesino-naturaleza.

Ilustración 8 Modelo de logo #2



Fuente: Propia

Como muestra la imagen del segundo modelo, identifica la naturaleza en combinación con un techo, simulando la casa comunal donde las cinco familias que integran la Asociación se reúnen.

El diseño fue realizado por las estudiantes, exclusivo para la investigación, de manera tal que, los integrantes de AMAGRO pueden utilizarlo. Se compone de la siguiente manera:

- * **Sol:** la sabiduría del amanecer para las 5 familias de AMAGRO, el nuevo día para trabajar en su finca en los recursos que la misma naturaleza les brinda.
- * **Palmera:** inspiración de naturaleza, símbolo que identifica a la provincia de Puntarenas, la cual es a la que pertenece y presencia de naturaleza en la finca.
- * **Techo:** respaldo de las familias que conforman AMAGRO, representa el proyecto turístico en el que incursionarán, el lugar que los vio nacer, crecer y desarrollarse como pequeños empresarios, sus raíces.
- * **AMAGRO:** las siglas de la Asociación Mixta Agro-Ecoturística respaldadas bajo el techo del rancho.
- * **Color Verde:** característico de la presencia de naturaleza.
- * **Colores Amarillo y Naranja:** identifica la calidez y la buena energía que poseen, la luz de un nuevo día.
- * **Color Café:** simboliza las casas, la tierra con la que trabajan, el respaldo de su vivir de cada día.

7.2.3 Eslogan

El eslogan o “*slogan*”, es una pequeña frase que identifica un punto comercial o bien político, para dar una publicidad al mismo, es una frase creativa que pretende crear una llamada de atención hacia un producto o marca. Para AMAGRO, una pequeña empresa que se está incursionando en el ámbito turístico, necesita llamar la atención y promocionar sus productos y servicios, para ello se les recomienda crear un eslogan que sea fácil y creativo para su promoción.

A continuación, se presentan recomendaciones que puede ayudar a la asociación para crear su propio eslogan:

- ❖ **AMAGRO**, donde el turismo se mezcla con lo orgánico.
- ❖ **AMAGRO**, donde el turismo, la naturaleza y lo orgánico se fusionan.
- ❖ **AMAGRO**, conoce la fusión entre la naturaleza y lo orgánico.
- ❖ **AMAGRO**, una fusión orgánica de turismo y naturaleza.
- ❖ **AMAGRO**, la fusión que cautiva el ecoturismo orgánico.
- ❖ **AMAGRO**, donde el mejoramiento de calidad de vida fusiona con el turismo rural comunitario.

7.3 Servicios y Productos:

Los productos turísticos se componen de:

- Servicios básicos (alojamiento y alimentación).
- Servicios complementarios para la diferenciación.

Además, los productos de turismo rural necesitan un buen estado de conservación de los recursos naturales, gastronomía con productos locales, artesanías, servicios de actividades complementarias y una adecuada señalización.

AMAGRO cuenta con 2 tipos de actividades en las cuales se puede generar ese intercambio de productos y servicios, que son a su vez elementos diferenciadores para desarrollar la actividad turística en la comunidad.

Así, las partes que conforman el producto «turismo rural» podrían centrarse en recursos turísticos, actividades, alojamiento y servicios.

Tabla 14 Productos y Servicios

Productos	Plaza	Servicios (actividades)	Plaza
Naturaleza y Cultura	AMAGRO	Alimentación	AMAGRO
Café orgánico y Productos agrícolas	AMAGRO/Ferias del Agricultor/ Abastecedores	Tours	AMAGRO
Artesanías	AMAGRO/Ferias del Agricultor/Ferias del Artesano	Charlas	AMAGRO

Para estrategia de promoción, AMAGRO puede acceder a participar en Marca País, Esencial Costa Rica, sin embargo, para el uso de la misma se debe antes optar por la Declaratoria Turística en cualquiera de las tipologías de empresas turísticas, que el Instituto Costarricense De Turismo (ICT) certifica y además, optar por la Certificación de Sostenibilidad Turística (CST), cuyos documentos son procesos legales y extensos con excesivos requisitos.

Sin embargo, el Instituto Costarricense de Turismo, en el departamento de desarrollo turístico, impulsa programas que contribuyen con las municipalidades y cámaras de turismo, en la capacitación y acompañamiento de las MIPYMES turísticas, promoviendo nuevos proyectos y productos turísticos, como los de gastronomía local, turismo rural comunitario, artesanía con identidad, etcétera.

Por las características que cumple AMAGRO, en ella se podría crear alianzas con las municipalidades de Puntarenas y Montes de Oro y con las cámaras de turismo de Puntarenas y de la zona de Cedral, de esta manera trabajar con el ente encargado (ICT), en los procesos de capacitación en temas de Turismo Rural Comunitario y promoción del mismo y acceder a los programas de apoyo a MIPYMES, en el cumplimiento de los requisitos que se solicitan.

7.4 Mejoramiento de Calidad de Vida

Para desarrollar un producto turístico en el sector de turismo rural comunitario, se debe ser innovador, ya que muchas de las actividades que se emplean son similares (agrícolas y/o ganaderas), por lo que, AMAGRO presenta un enfoque de estilo de vida renovador, el cual, permite que sea un elemento diferenciador de las demás organizaciones participativas en este tipo de turismo, es llamado como “Enfoque de Mejoramiento de Calidad de Vida”.

Enfoque de Mejoramiento Calidad de Vida como elemento innovador de AMAGRO

Para retomar que es el enfoque de Mejoramiento de Calidad de vida “**SEIKATSU KAIZEN**”, el Jica (Agencia de Cooperación Internacional de Japón), este consiste en una experiencia de Japón, utilizada como mecanismo para salirse de la pobreza después de la Segunda Guerra Mundial. Si bien es cierto, es una iniciativa propia de Japón, su enfoque armoniza fuertemente con el enfoque Territorial y el del Desarrollo Rural Territorial aplicado a nivel nacional.

En Costa Rica, los ex becarios del curso “Establecimiento de la Red Centroamericana, Republica Dominicana y México, para el Desarrollo Rural Participativo”, han implementado el concepto de Mejoramiento de Calidad de Vida en varias comunidades de la zona norte del país. Con la iniciativa de estos funcionarios, se ha formulado una propuesta metodológica con elementos del enfoque de “Mejoramiento de Calidad de Vida”, y se ha descubierto en la práctica, la efectividad y el impacto que genera esta metodología, con relación a los métodos convencionales.

Se propone utilizar el enfoque como elemento diferenciador que fortalezca el intercambio de conocimientos con los visitantes.

¿Por qué utilizar el enfoque de para el Mejoramiento de Calidad de Vida Rural?

 Un ejemplo único de mejoramiento rural.

- ✚ Contribuye a la reducción de la pobreza.
- ✚ Estrategia de dos vías: incremento de la producción agrícola y mejora del día a día.
- ✚ Es un prototipo de desarrollo participativo.
- ✚ En el proceso de Mejoramiento de Calidad de Vida la relación de colaboración entre las unidades de la administración local (municipalidades, instituciones gobierno central, ONG) y las organizaciones comunitarias juegan un papel importante.

Características del sistema de apoyo al enfoque de Mejoramiento de Calidad de Vida

- ✚ Apoyo del aparato administrativo del Gobierno Central, definición de políticas de gobierno orientadas al Mejoramiento de Calidad de Vida.
- ✚ Relación de cooperación entre la administración y las comunidades.
- ✚ Característica espiritual, se refiere al espíritu KAIZEN o sea “mejoramiento”.

De acuerdo con (Padilla, 2014) a continuación, se describen algunos los logros alcanzados por las comunidades del país que han utilizado el enfoque de mejoramiento de calidad de vida.

Además de los resultados positivos que se obtiene a través del Enfoque de Mejoramiento de Calidad de Vida se tienen unas lecciones aprendidas como el trabajo en equipo a través de la organización, comunicación, participación, liderazgo y toma de decisiones consensuadas, planificación y aprovechamiento de recursos. Por tanto, tomando como referencia los resultados obtenidos, lecciones aprendidas del programa de Mejoramiento de Calidad de Vida y lo conversado con la encargada de este ámbito en el Ministerio de Agricultura y la Sra. María Rebeca Padilla, Gestora de proyectos de la Universidad Estatal a Distancia Sede de Guanacaste; el plan no fue creado para que las comunidades incursionaran en proyectos de turismo rural comunitario, ya que, tiene otra finalidad y otro enfoque, implicado más por el sector de calidad de vida de comunidades con los recursos que las rodea. Sin

embargo, esta orientación del programa es un aspecto que permite fortalecer las bases, principalmente de los capitales social, cultural y ambiental de las comunidades, lo cual, es de gran importancia para incursionar en un proyecto turístico rural comunitario.

A partir de esto, se propone utilizar los resultados obtenidos por la Asociación AMAGRO como una oportunidad y fortaleza para el intercambio de conocimientos con los visitantes, acerca de la filosofía de la vida rural, protección del ambiente, uso sostenible de recursos, a través de charlas sobre el “enfoque mejoramiento de calidad de vida” y su impacto en la comunidad.

Como parte del producto que AMAGRO ofrece están las siguientes charlas, complementarias a la lista de actividades de la finca:

Tabla 15 Cuadro de charlas complementarias del producto de AMAGRO



Actividad	Actividad Teórica	Periodo de desarrollo	Dirigida a:	Responsable
Charla de Mejoramiento en la calidad de vida	Generalidades sobre el mejoramiento de la calidad de vida, su funcionamiento, qué beneficios se obtiene, resultados.	Permanente	Para todos los turistas interesados	Franklin Jiménez Fallas
Charla de producción de abono orgánico	Producción de abono utilizando desechos orgánicos y lombrices.	Permanente	Para todos los turistas interesados	Danilo Benavides Pérez
Charla sobre biodigestores	Importancia de los biodigestores y la producción de bio gas.	Permanente	Para todos los turistas interesados	Roberto Benavides Loría
Charla sobre café orgánico y sostenible.	La plantación del café, sus cuidados y el proceso de producción con estilos de siembra orgánica y sostenible, diferencia entre ellas.	Permanente	Para todos los turistas interesados	Luis Ureña Loría
Charlas de huertas orgánicas	Generalidades de las huertas orgánicas y su importancia en el autoconsumo.	Permanente	Para todos los turistas interesados	Federico Miranda Muñoz



Fuente: elaboración propia




7.5 Plan de actividades


La propuesta, se presenta una lista de actividades organizadas, que componen la oferta turística de los productos existentes en la comunidad, que la Asociación puede operar de manera sostenible y eficiente.

Tabla 16 Plan de Actividades con Productos y Servicios Turísticos

Actividad	Detalle	Responsable	Época	Recomendación
Caminata Corta a Microlote	Tour corto, en donde se les explique qué es el microlote y el proceso de este. Consiste en ½ hectárea de café 100% orgánico de excelente calidad, el cual se siembra en pequeñas cantidades porque se le deben realizar prácticas diferentes al café convencional.	Luis Ureña Loría	Permanente	Para todos los interesados 
Caminata Sendero Los Arroyos	Tour de mediana ruta, caminata por sendero Los Arroyos, caminata al mirador Las Palmas con una distancia de 700 mts. También se muestra el beneficio, lugar en donde puede moler el café, hay un área para miel de café, con la pulpa se va a hacer el abono orgánico y gas metano por medio de un biodigestor que está ligado a este proceso.	Franklin Jiménez Fallas	Permanente	Para todos los interesados 

Actividad	Detalle	Responsable	Época	Recomendación
Tour a Río Aranjuez	Tour largo que consisten en un recorrido a pie por la montaña, el sendero Los Arroyos y a través de senderos, con el fin de conocer la flora y fauna de la región; además de llegar a la quebrada del Río Aranjuez. Tiene una distancia de 2400 metros.	Federico Miranda Muñoz	Permanente	Buena condición física 
Tour Parcela de don Luis	Demostración de huerta orgánica y cafetal sostenible. 	Luis Ureña Loría	Permanente	Para todos los interesados

Actividad	Detalle	Responsable	Época	Recomendación
Tour Parcela de don Franklin	Demostración de huerta orgánica, café sostenible, vacas, y estanque de tilapias y bagres.	Franklin Jiménez Fallas	Permanente	Para todos los interesados 
Tour Parcela de don Danilo	Demostración de huerta orgánica y biodigestor. 	Danilo Benavides Pérez	Permanente	Para todos los interesados
Tour Parcela de don Federico	Demostración de huerta orgánica, cerdos y artesanías.	Federico Miranda Muñoz	Permanente	Para todos los interesados 

Actividad	Detalle	Responsable	Época	Recomendación
Tour Parcela de don Roberto	Demostración de huerta orgánica, gallinas caseras.	Roberto Benavides Loría	Permanente	Para todos los interesados 

Fuente: elaboración propia

A partir de la lista de actividades y charlas que en la Asociación Mixta Agro Ecoturística (AMAGRO) se propone un paquete turístico de visita por un día, con el fin de aprender y compartir el estilo de vida que lleva la comunidad, gracias a estas tareas ecológicas, rurales y comunitarias en las que se desenvuelven. Seguidamente se muestra la presentación del anuncio del Tour Rural, seguido del cronograma del mismo paquete turístico.

Tour Rural Comunitario AMAGRO



“La Asociación Mixta Agro Ecoturística (AMAGRO), es un asentamiento de habitantes locales organizados quienes conforman 5 familias campesinas, se crea con el fin de buscar un bien común y el trabajo unido entre las familias que la conforman, para el mejoramiento de la calidad de vida en la zona, partiendo del cuidado de los recursos naturales que se encuentran en el lugar. Esto les ha permitido lograr varios proyectos por medio de diferentes actividades como: huertas familiares, criaderos de aves, productos orgánicos, biodigestores, canalización de aguas grises, mejoras ambientales y productivas, áreas de café renovadas con café sostenible, elaboración de abono orgánico, entre otros. Los integrantes de la AMAGRO, participan de un programa llamado Mejoramiento de la Calidad

de Vida, basado en una metodología de autogestión, innovación, dinamismo, lo cual nos ha permitido trabajar en equipo, forjar prioridades, como lo es la salud, el desarrollo humano y el cuidado del medio ambiente”.

AMAGRO le regala una experiencia única la cual usted no debe dejar pasar, aprendiendo los quehaceres del campesino costarricense durante el recorrido podrá disfrutar de distintas actividades como conocer los cultivos agroforestales que se desarrollan en la finca del café, mientras se aprecia la belleza paisajística del lugar, observación de aves, también podrá conocer sobre la finca de ganado, podrá aprender cómo elaborar huertas orgánicas caseras, abono orgánico a base de lombrices, descubrir la funcionalidad de un biodigestor y el procedimiento para la elaboración de biogas y bioabono, sin duda un lugar de una belleza escénica impresionante donde al mismo tiempo puede saborear deliciosas comidas típicas.

El tour es de un día completo e incluye:

- ✓ *Charlas de diversos temas que tratan en la comunidad, acompañadas de actividades recreativas.*
- ✓ *Refrigerios.*
- ✓ *Almuerzo típico costarricense.*
- ✓ *Tour por los senderos de la finca.*
- ✓ *Recorrido al río Aranjuez que está aledaño a la finca.*





Recomendaciones que se deben tomar:

- ✓ *Utilizar ropa cómoda y liviana, preferiblemente deportiva (tenis antideslizantes o zapatos aptos para montaña), también un segundo cambio de ropa.*
- ✓ *Gorra o sombrero.*
- ✓ *Protector solar y repelente.*
- ✓ *Motivación y espíritu de una nueva aventura.*



Cafetal Orgánico y Sostenible

Huerta Orgánica



Artesanía de materiales reciclados

Tabla 17 Cronograma de actividades

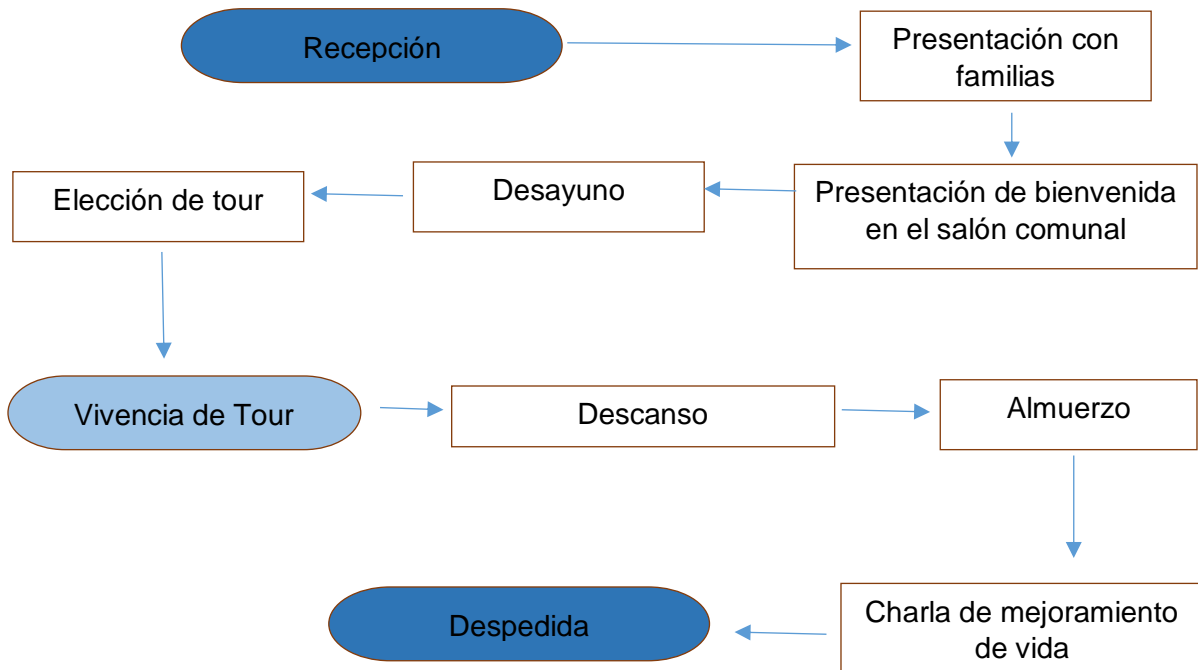
Cronograma de Tour de un Día en AMAGRO				
Hora	Actividad	Producto	Detalle	Responsable
7:30 am	Bienvenida	_____	Presentación de la comunidad asociada y Refrigerio a los turistas.	Flor Menester Mejías
8:00 am	Charla Mejoramiento de Calidad de Vida (Teórico)	Biojardinera	Funcionamiento, Beneficios y Resultados (Biojardinera)	Franklin Jiménez Fallas
8:40 am	Charla Abono y Huertas Orgánicas (Teórico – Práctico)	Huertas Orgánicas	Visitas a las huertas Orgánicas y al compost, en cada sector se brindará la charla correspondiente	Danilo Benavides Pérez
20 minutos	Intervalo de descanso.	_____	Actividad personal y Refrigerio	Judith Navarro Alvarado
10:00 am	Charla de Biodigestor (Teórico – Práctico)	Biodigestor	Funcionamiento y Beneficios	Roberto Benavides Loría y Eduardo Ureña Benavides
11:00 am	Pesca de Tilapias /Bagres	Tilapias y Bagres	Opcional, se puede contemplar con otra actividad recreativa (ordeño de vacas, elaboración de artesanía)	Roberto Benavides Loría
12:00 md	Almuerzo	_____	-----	Azucena Ureña Loría y Cindy Ureña Benavides
1:30 pm	Caminata por el Sendero “Los Arroyo”	Sendero “Los Arroyo”	Vistas de Flora y Fauna, actividad recreativa en el río Aranjuez	Federico Miranda Muñoz
3:00 pm	Charla de Café Orgánico y Sostenible (Teórico – Práctico)	Café Orgánico y Sostenible	Diferencias entre los tipos de cultivo, visita al Beneficio, Recolecta de café (esta última depende de la temporada)	Luis Ureña Loría
4:00 pm	Recreación	Artesanías	Compra de productos de la comunidad, ordeño de vacas, artesanía	Martha Solano Arias
4:30 pm	Salida	_____	Despedida de la comunidad, creación de vínculos de contactos, promoción.	Todos los miembros de la Asociación

Fuente: Elaboración propia

Proceso de prestación de servicio (diagrama de flujo)

Para comprender mejor la forma en que se operará se realiza un flujo o diagrama de proceso de operación.

Para un turista que visite la comunidad se le ofrecerá alguno de los tours antes descritos, sin embargo, el servicio prestado a los visitantes puede ser personalizado por lo que no hay un proceso definitivo, por lo que se propone el siguiente proceso.



7.6 Precio

El precio es el valor monetario, que se da en recompensa a la obtención de bienes o servicios y se estipulan en la calidad y satisfacción de los mismos.

Para efectos de este trabajo se propone a los integrantes de la Asociación AMAGRO, una tabla de tarifas de servicios y productos basada en información obtenida en proyectos rurales similares al de AMAGRO.

Se tomó como base principal para estipular precios de los tours, la Finca Integral Orgánica Guarumo ubicada en Horquetas de Sarapiquí la cual tiene más de 15 años de funcionamiento en el mercado, los visitantes que recibe son nacionales y extranjeros. La finca ofrece un tour que contempla: biodigestores, producción de abono orgánico, producción de bio-fertilizantes y huertas orgánicas, actividades similares a las que AMAGRO ofrecerá en el futuro.

En relación al precio del café, se tomó como referencia el costo del café sostenible que se vende en la finca El Trapiche, una empresa familiar, plenamente sumergida en el desarrollo sostenible y ecológico, se encuentra ubicada en Monteverde de Puntarenas. En AMAGRO, se produce los dos tipos de café (orgánico y sostenible), sin embargo, el café sostenible es trabajado en mayor cantidad, por lo que, es el que está para la venta.

Por otra parte, los precios de las hortalizas fueron tomados con base en los precios establecidos en el Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos para productos tradicionales, por lo que los mismos fueron incrementados hasta en un 50% de su valor por ser productos orgánicos ya que su costo es mayor debido a los beneficios en comparación con los alimentos tradicionales, tanto para el medio ambiente como para la salud de los consumidores. También, se contempló la lista de precios que ofrece el supermercado Green Center, el cual vende productos orgánicos.

En el siguiente cuadro se presenta una recomendación de tarifas para los productos y servicios que ofrece AMAGRO:

Tabla 18 Precios Productos y Servicios AMAGRO

Servicios	Precio Recomendado
Tour de la finca (paquete por un día)	\$70 adultos, \$50 niños (4 a 12 años)
Productos	Precio Recomendado
Café Sostenible	½ kilo ₡4000, 1 kilo ₡8000.
Jalea de Guayaba orgánica 300gr	₡1700
Hortalizas / Frutas	
Apio (mata)	₡1000
Ayote sazón	₡1500 por Kilo
Ayote tierno	₡600 por Kilo
Banano	₡150 por Unidad
Camote	₡1200 por Kilo
Culantro Castilla (rollo)	₡300
Culantro coyote (rollo)	₡500
Chayote tierno	₡400 por Unidad
Chile Dulce	₡400 por Unidad
Cebollino (rollo)	₡600
Elote	₡300 por Unidad
Lechuga americana	₡500 por Unidad
Limón mandarina	₡175 por Unidad
Huevos cartón 30 unidades	₡3000
Naranjas	₡150 por Unidad

Ñampi	₡1500 por Kilo
Pepino	₡800 por Kilo
Plátano Verde, Plátano maduro	Verde ₡350, Maduro ₡400 por Unidad
Remolacha	₡450 por Unidad
Repollo Verde	₡900 por Unidad
Tiquizque	₡1400 por kilo
Vainica	₡1250 por kilo
Yuca	₡800 por kilo
Zanahoria	₡1000 por kilo
Orégano (rollo)	₡550 por rollo
Rábano (rollo)	₡500

7.7 Plaza

Los canales de distribución que se utilizarán para ubicar los productos más cerca de los clientes y que éste lo puede comprar con rapidez para el caso de los productos como el café procesado y empacado, los excedentes de hortalizas, las mermeladas procesadas se podrán ofrecer en ferias del agricultor y en mercados locales. En este caso los canales de distribución serán directos a través de su venta directa, teniendo mayor posibilidad de promocionar el producto y ofrecer información sobre este.

Por otra parte, la venta del servicio turístico se ofrecerá en el sitio de ubicación de la comunidad, considerando que es una zona con infraestructura y comunicación apta por medio de vehículo particular. Los canales de distribución que se proponen para iniciar con la operación del negocio serán mediante canales indirectos, es decir vincular a la empresa asociativa a través de uno o más actores intermediarios, estos pueden ser tour operadores con posicionamiento en el mercado quienes permitan una mayor cobertura

del mercado, les requiera una menor inversión en activos fijos (equipos, vehículos, instalaciones) y un menor capital para financiar las ventas. De esta manera, permitirá ser un impulso o punta de lanza para iniciar con la operación del negocio. De igual forma se debe considerar combinar con la distribución directa para tomar experiencia y conocimiento del mercado, generando redes y contactos con grupos de visitantes con quienes se pueden generar convenios y crear una cartera de clientes. Una vez la empresa tenga una posición firme en el mercado y mayor experiencia en ventas, la asociación puede considerar desligarse de los intermediarios y operar su distribución directa.

7.8 Promoción

La comercialización constituye un elemento importante para la comunidad de AMAGRO, en el cual deben asumir el oficio de la venta como un rol más dentro de la actividad turística, para garantizar la sostenibilidad económica del proceso; realizar alianzas o vínculos comerciales con las operadoras turísticas y clientes finales, realizar Fam trips¹.y participar en ferias locales y nacionales, son propuestas para que AMAGRO comercialice el producto turístico de la comunidad.

El mercado turístico rural y rural comunitario, presenta una serie de particularidades que definitivamente se diferencian de otros mercados turísticos, sin embargo, al igual que otras variantes del turismo se encuentra en un proceso de reinversión, por la preponderante presencia de las nuevas tecnologías de la información (internet) que de una u otra manera han desplazado, no en su totalidad, pero sí de manera significativa, las vías tradicionales de comercialización.

La estrategia de promoción se abarca diferentes componentes algunos de ellos son la publicidad, promoción de ventas, y relaciones Públicas.

¹ Un fam trip es un viaje obsequiado a personas de agencias de viaje que actúan como intermediarias en la venta de productos; se utiliza para probar paquetes ofertados y entablar acuerdos comerciales que aseguren su venta.

Tabla 19 Componentes de estrategia de promoción



Fuente: propia.

La publicidad como estrategia de divulgación debe incorporar la elaboración y uso de marca, página web, videos, y materiales promocionales. Por otra parte, para incrementar la fuerza de ventas se deben establecer puntos de promoción y venta; estas serán en la propia comunidad, contactar a operadores turísticos locales (especialmente agencias centradas en turismo vivencial, o con estrategia de responsabilidad social corporativa).

Asimismo, propiciar la consolidación de alianzas con sectores públicos y privados a través relaciones públicas por medio del diálogo entre comunidades de la región, empresas privadas, cámara de turismo y municipalidad, para crear un circuito, red o cadena de valor que potencie el desarrollo del sector turístico en la región. Por su parte, se debe buscar que la promoción se base en el logro de alianzas con operadores turísticos para la venta de los productos, la participación en ferias de turismo y el manejo de medios impresos para difundir los productos priorizados.

Dentro de la estructura organizativa, la comunidad deberá asignar a una persona líder encargada de la promoción y mercadeo quien a través del fortalecimiento de sus capacidades esté apta para la promoción y entrenamiento en la venta de servicios. Asimismo, la persona asignada para la gerencia de la empresa, deberá mantener el

diálogo y las relaciones públicas del negocio, dando seguimiento a los convenios y generando alianzas externas.

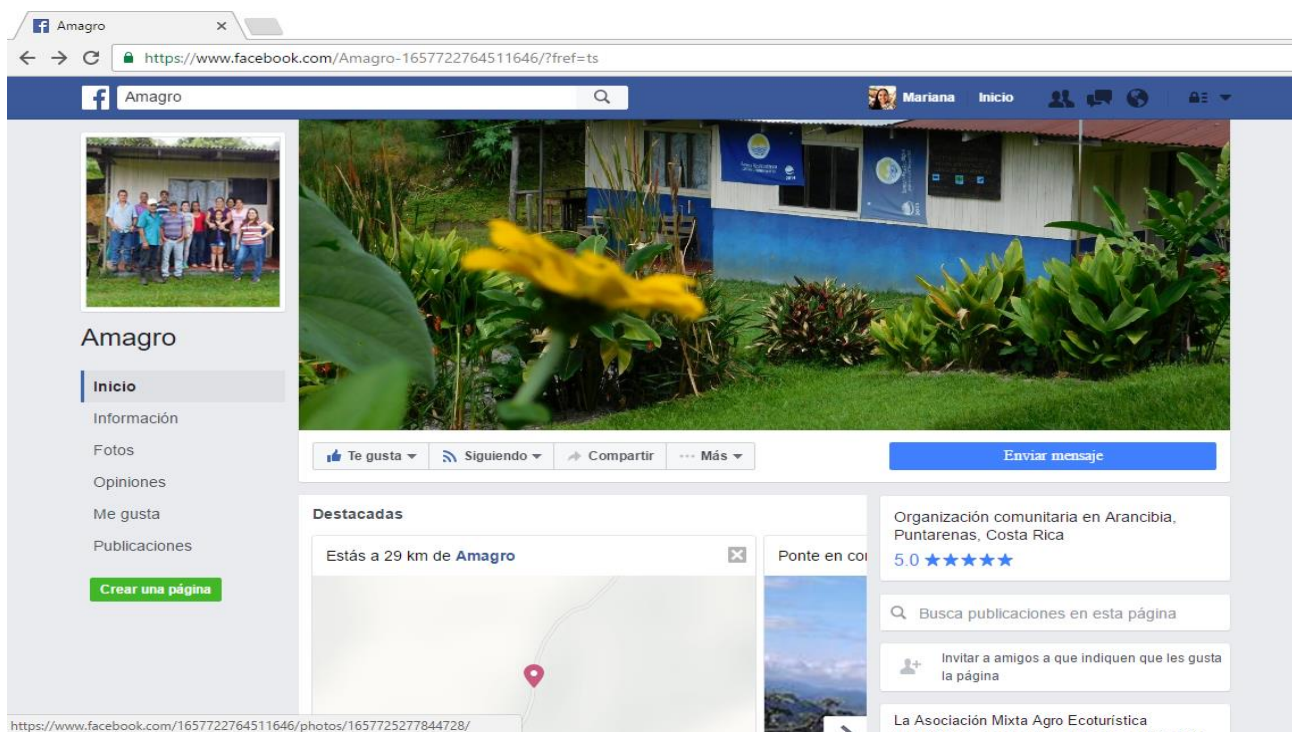
7.8.1 Medio Virtual

Según los datos recogidos por el Observatorio del Turismo Rural, tan solo el 54,9% de más de 2.000 propietarios encuestados indicaron que están conectados a internet. Es evidente que, sin conexión a Internet, no hay estrategia de comercialización online, que valga. (Innovtur, 2014).

Con estos datos, se evidencia que el uso del internet como una herramienta de ayuda para la comercialización y promoción de un producto y servicio de turismo rural comunitario, es una de las mejores alternativas que actualmente empresarios y turistas utilizan para mantenerse informados de la actividad turística, el uso de las redes sociales es de gran importancia.

La comunidad de AMAGRO está tan solo iniciando en este mercado, sin embargo, se planteó la idea inicial de utilizar la herramienta de la red social Facebook e irse dando a conocer en el mercado.

Ilustración 9 Comunidad de AMAGRO en Facebook



Actualmente, en la página se puede visualizar que se han realizado actualizaciones conforme realizan actividades los integrantes de la comunidad de AMAGRO, además, se han obtenido excelentes puntuaciones y han recibido 121 me gusta. La página registra su última publicación en octubre en donde los miembros de la asociación hicieron una gira a fincas cafetaleras en la zona de Monteverde.

Asimismo, esta herramienta tiene múltiples funciones, que si se aprovecha al máximo se pueden obtener buenos resultados de comercialización. El Facebook es útil porque permite hacer mediciones estadísticas acerca del alcance de las personas, las visitas, interacciones con clientes, y evaluar el rendimiento de las publicaciones hechas, además, permite promocionar para que sea visible a más personas, entre otras.

La estrategia está en tener el conocimiento y el manejo adecuado de la herramienta para obtener los logros deseados. Es por eso, que la persona que administre la página debe estar capacitada en el tema para que actualice la página regularmente, busque alianzas con empresarios turísticos del mismo ámbito, sea creativo en las publicaciones

para que atraiga a la gente para visitar tanto la página como la comunidad, incitando la experiencia que se puede recibir en AMAGRO.

7.8.2 Medios Publicitarios

No solo se enfocará en una promoción y publicidad de AMAGRO por medio de entornos virtuales, ya que aun en la época de la comunicación tecnológica, los productos impresos siguen siendo una parte indispensable de cualquier estrategia promocional y comercial porque gozan de una versatilidad y accesibilidad que otros medios ni siquiera se acercan. Por ello se presenta un brochour con el contenido de lo que la Asociación brinda, de manera tal que en forma generalizada ofrece información de la finca. Se recomienda hacer un boletín informativo como el siguiente:

Ilustración 10 Brochour para AMAGRO



AMAGRO
ASOCIACIÓN MIXTA
AGROECOTURÍSTICA AMAGRO

Finca Ecológica - Educativa

Arancibia - Puntarenas

Find us on:
facebook

Amagro

www.amagrodearancibia.com
Abierto todos los días: 8:00 am a 5:00pm
Teléfonos: 8779-9184 / 8502-2116 / 2647-8021

“Nuestra meta es dejarles a las futuras generaciones un suelo en mejores condiciones que las que tenían cuando lo recibimos.”
Don Luis Ureña.



Tour a huertas orgánicas

*El tour es de un día completo e incluye:
Charlas de diversos temas que tratan en la comunidad, acompañadas de actividades recreativas.*

*Refrigerios.
Almuerzo típico costarricense.
Tour por los senderos de la finca.*

Recorrido al río Aranjuez que está aledaño a la finca .



Tour de Café orgánico sostenible



Artesanía de materiales reciclados

Recomendaciones que se deben tomar:

*Utilizar ropa cómoda y liviana, preferiblemente deportiva (tenis antideslizantes o zapatos aptos para montaña), también un segundo cambio de ropa.
Gorra o sombrero.
Protector solar y repelente.
Motivación y espíritu de una nueva aventura*



Charlas

Mejoramiento de la calidad de vida.

Abono y huertas orgánicas.

Sobre biodigestores.

Pesca de tilapias o bagres.

Café orgánico y sostenible

Tours de avistamiento de flora y fauna



Elaboración: propia

Así también, se presenta una propuesta de folleto o volante publicitario el cual será de gran importancia para la publicidad para ser utilizados de forma impresa o digital.

Ilustración 11 Folleto Publicitario de AMAGRO

TURISMO RURAL COMUNITARIO

AMAGRO

Arancibia, Puntarenas

Amagro ofrece:

- Observación de aves
- Caminatas en senderos
- Demostración de Huertas orgánicas
- Biodigestores
- Café sostenible
- Artesanías
- Charlas de mejoramiento de calidad de vida

MOTIVACIÓN Y ESPÍRITU DE UNA NUEVA AVENTURA.

La Asociación Mixta Agro Ecoturística (AMAGRO), es un asentamiento de habitantes locales organizados quienes conforman 5 familias campesinas, se crea con el fin de buscar un bien común y el trabajo unido entre las familias que la conforman, para el mejoramiento de la calidad de vida en la zona, partiendo del cuidado de los recursos naturales que se encuentran en el lugar. Esto les ha permitido lograr varios proyectos por medio de diferentes actividades como: huertas familiares, criaderos de aves, productos orgánicos, biodigestores, canalización de aguas grises, mejoras ambientales y productivas, áreas de café renovadas con café sostenible, elaboración de abono orgánico, entre otros.

El tour incluye:

- Charlas de diversos temas que tratan en la comunidad, acompañadas de actividades recreativas.
- Refrigerios.
- Almuerzo típico costarricense.
- Tour por los senderos de la finca.
- Recorrido al río Aranjuez que está aledaño a la finca.

Recomendaciones:

- Utilizar ropa cómoda y liviana, preferiblemente deportiva (tenis antideslizantes o zapatos aptos para montaña), también un segundo cambio de ropa.
- Gorra o sombrero.
- Protector solar y repelente.

CONTACTOS

Franklin Jiménez
(506) 87799134

EXPERIENCIA ÚNICA

AMAGRO le regala una experiencia única la cual usted no debe dejar pasar, aprendiendo los quehaceres del campesino costarricense durante el recorrido podrá disfrutar de distintas actividades como conocer los cultivos agroforestales que se desarrollan en la finca del café, mientras se aprecia la belleza paisajística del lugar, observación de aves, también podrá conocer sobre la finca de ganado, podrá aprender cómo elaborar huertas orgánicas caseras, abono orgánico a base de lombrices, descubrir la funcionalidad de un biodigestor y el procedimiento para la elaboración de biogas y bioabono, sin duda un lugar de una belleza escénica impresionante donde al mismo tiempo puede saborear deliciosas comidas típicas.

7.8.3 Alianzas Estratégicas

Las alianzas estratégicas son relaciones institucionales y de negocio que se establecen entre los emprendimientos de turismo comunitario y los actores públicos y privados locales para alcanzar una mayor llegada de turistas a las comunidades.

De esta manera resulta importante que la estrategia de comercialización incluya alianzas estratégicas en los temas priorizados.

La comunidad de AMAGRO puede formar alianzas estratégicas con diferentes empresas tanto en el sector privado como en el sector público para un mejor desarrollo

de comercialización y promoción para el producto y servicio turístico que la asociación promueve.

Entre las posibles alianzas que se pueden destacar son las siguientes:

Tabla 20 Posibles Alianzas Estratégicas para AMAGRO

Alianza Estratégica	Estudio	Acciones
Universidades (UCR, UNA, UTN, INA)	Carreras tales como: <ul style="list-style-type: none"> * Agronomía * Ing. Agronómico con enf. En Zootecnia. * Economía Agrícola y Agro negocios. * Economía Agrícola con enf. En Agro ambiente. * Ingeniería de Alimentos. * Biología * Turismo Ecológico * Gestión Ecoturística * Turismo Rural 	<ul style="list-style-type: none"> * Giras académicas con investigaciones científicas de flora y fauna, turismo rural comunitario, mejoramiento de calidad de vida, programas de sostenibilidad y bandera azul ecológica, agricultura y ganadería. * Talleres creativos y dinámicos de las actividades que se realizan en AMAGRO. * Charlas acerca de la conciencia del mejoramiento de calidad de vida y programas de sostenibilidad.
ICT, Cámaras de Turismo, Ministerio de Agricultura y Ganadería, JICA, ICAFE, COOPRENA, ACTUAR, CENECOOP	Instituciones públicas de turismo	Inspecciones, Promoción del lugar, asesoramiento y capacitaciones. Programa de asesoría, capacitación, incidencia política, categorización y promoción de producto del ICT. Catálogos para promoción. Participación en ferias promocionales.
Tour Operadoras, empresas de transporte públicos y privados.	Turismo Rural Comunitario como nuevo atractivo turístico	Promoción del atractivo, venta del producto, servicios de transporte.

Fuente: propia.

Seguidamente se presenta una propuesta cumplimiento de fases cronológicamente detalladas con las principales características o acciones generales de cada fase.

Tabla 21 Fases de implementación

Periodo	Fase	Principales acciones	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV
Año 1	Establecimiento de Estructura organizativa	Identificación de personas con disposición para involucrarse en la actividad				
		Nombramientos o contratación de personal.				
		Perfiles de puestos.				
	Fortalecimiento y desarrollo de capacidades	Capacitación en microempresas turísticas				
		Asistencia técnica para la operación del negocio				
		Intercambio de experiencias				
Año 2	Consolidación organizativa diseño de producto y primeros lanzamientos comerciales	Elaboración y legalización de marca				
		Elaboración de productos turísticos y servicios por ofertar: adecuación de infraestructura y equipamiento para la actividad turística.				
		Participación de redes y				

Periodo	Fase	Principales acciones	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV
		emprendedores en ferias de turismo internacional y local.				
		Medios virtuales-impresos páginas web, videos y materiales promocionales.				
		Consolidación de alianzas con sectores públicos y privados (tour operadores-instituciones)				
Año 3	Puesta en marcha del negocio	Oferta de productos y servicios: hortalizas, jaleas, tours, guianza, alimentación, artesanía de mejor calidad.				

Fuente: elaboración propia.

Bibliografía General

ACTUAR. ((s.f)). *Alianza Comunitaria Conservacionista de Turismo Alternativo Rural*.
Obtenido de <http://www.actuarcostarica.com/actuar/costa-rica-175.html>

Acuña, F. B. (2002). *Generalidades del Turismo*. San José: Instituto Nacional de Aprendizaje.

Ambiental, C. (Mayo de 2012). *Conciencia ambiental*. Obtenido de <http://concienciambientaludec.blogspot.com/>

Ambiental, C. (31 de Julio de 2016). <http://www.ecologiahoy.com/conciencia-ambiental>.
Obtenido de <http://www.ecologiahoy.com/conciencia-ambiental>

Arbache, J. L. (01 de Marzo de 2016). www.estadodelanacion.or.cr. Obtenido de http://estadonacion.or.cr/images/stories/biblioteca_virtual/otras_publicaciones/aportes14.pdf

Camacho, R. A. (2007). *Comercialización para el Desarrollo del Turismo Rural*. La Paz, Bolivia.

CODESPA, F. (2011). Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA, UNA EXPERIENCIA REGIONAL ANDINA. CODESPA, 134.

Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo CMMAD. (1998). *Un Futuro Amenazador*.

Coopesilencio. (3 de Noviembre de 2015). *Posada de Turismo Rural El Silencio*.
Obtenido de http://coopesilencio.com/?page_id=25&lang=es

Criss. (14 de Agosto de 2012). *Turismo Rural Comunitario*. Obtenido de <http://turisrur.blogspot.com/>

Dra. Margarte Chan, d. g. (s.f.). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <http://www.who.int/globalchange/global-campaign/cop21/es/>

- EARTH, U. (2015). *Universidad EARTH*. Obtenido de <https://www.earth.ac.cr/es/about-earth/earth-facts/>
- Elías Rosales, O. B. (Octubre de 2005). Obtenido de Panfletos de ecosaneamiento: <https://cotodofrade.files.wordpress.com/2009/08/augas-grises.pdf>
- Enciclopedia Financiera*. (2016). Obtenido de <http://www.eltrabajoenequipo.com/Definicion.htm>
- Española, D. d. (31 de Julio de 2016). *www.drae.com*. Obtenido de Diccionario de la Real academia Española.
- Fundación CODESPA. (2011). *Modelo de Gestión de Turismo Rural Comunitario*. Lima, Perú: Tarea Asociación Gráfica Educativa.
- Gisolf, M. C. (2012). Turismo Rural. *Turismo en teoría*.
- Guereña, A., & Calderón, G. (2005). *Turismo Rural Comunitario en Costa Rica. La Experiencia del Programa de Pequeñas Donaciones y sus Grupos Socios*. San José, Costa Rica: PNUD.
- Guerrero, L. (26 de Febrero de 2016). *Abaout.com*. Obtenido de <http://vidaverde.about.com/od/Energias-renovables/a/Que-Es-Un-Biodigestor.htm>
- Innovtur. (2014). *Comercialización del Turismo Rural* .
- Instituto Costarricense de Turismo. (17 de julio de 2009). *www.ict.go.cr*. Obtenido de <http://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislaci%C3%B3n-de-empresas/leyes-y-reglamentos/630-ley-fomento-del-turismo-rural-comunitario/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (Noviembre de 2010). *Instituto Costarricense de Turismo*. Obtenido de <http://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/planes-y-documentos-institucionales.html#resumen-plan-nacional-de-turismo-sostenible-2010-2016>

- Instituto Costarricense de Turismo. (27 de Febrero de 2016). *Visite Costa Rica*.
Obtenido de <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/turismoRural.asp>
- Instituto Nacional de Aprendizaje. (Mayo, 2002). *Núcleo de Turismo Subsector Servicios Turísticos*. San José, Costa Rica.
- JAZON. (3 de Noviembre de 2015). *JAZON, COSTA RICA*. Obtenido de <http://costaricaruraltours.com>
- JICA, P. d.-C. (2016). Desarrollo Rural Sostenible mediante el Enfoque de Mejoramiento de Calidad de Vida para los países latinoamericanos (A). *JICA*, 17.
- KOCH, O. C. (1993). Buenos Aires: Patología humana y medio ambiente.
- KOCH, O. C. (1993). *Elementos de Política Ambiental; Patología humana y medio ambiente*. Buenos Aires: Diputados de Buenos Aires.
- Los Campesinos. (3 de Noviembre de 2015). *Los Campesinos Ecolodge*. Obtenido de <http://loscampesinosecolodge.com/contacto.html>
- Marentes, J. G. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS Y CREACION DE UNA EMPRESA DE TURISMO RURAL EN LAS VEREDAS MOCHUELO ALTO Y PASQUILLA DE LA LOCALIDAD 19 DE CIUDAD BOLÍVAR EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ*. . Bogotá: UNIVERSIDAD DE LA SALLE .
- María Victoria Marchisio, a. B. (2012). <http://www.naturamedioambiental.com/conciencia-ambiental-para-cuidar-el-medio-ambiente/>.
Natura Medio Ambiental.
- Ministerio de Turismo y Cultura . (2010). *Gobierno de la Provincia de Salta, Argentina*.
Obtenido de <http://turismo.salta.gov.ar/images/uploads/lineamientos-b%C3%A1sicos-que-debe-contener-un-proyecto-tur%C3%ADstico-2012.pdf>
- Morera, C. (2005). Turismo Rural. Nuevas oportunidades. *En Mensajero Rural. Boletín Trimestral. UNA*, 4.
- Núñez, C. (2014). *Comercialización del turismo rural a nivel nacional e internacional*. Innovtur.

- ObturCaribe et al. (16 de Febrero de 2012). *Observatorio del Turismo Sostenible del Caribe*. Obtenido de <http://obturcaribe.ucr.ac.cr/nuestro-enfoque/turismo/turismo-rural>
- OMT. (2001). Introducción al Turismo. En A. Sancho, *Introducción al Turismo* (pág. 11).
- Padilla, R. (2014). *Programa de Regionalización Interuniversitaria CONARE*. Liberia, Costa Rica: UNED.
- PNUD/ ICT. PRODOC. (2005). *Estrategia para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en Costa Rica*. . Documento proyecto elaborado por PNUD/ ICT, con la participación de la Alianza para el Turismo Rural Comunitario.
- Reserva Biológica Dúrika. (3 de Noviembre de 2015). *Fundación Reserva Biológica Dúrika*. Obtenido de http://www.durika.org/es_inicio.html
- Roig, P. J. (14 de Agosto de 2014). *MBA & Educación Ejecutiva*. Obtenido de <http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/turismo-rural-como-america-latina-puede-sacar-mas-provecho>
- Sergio Salazar Arguedas, M. (Octubre de 2012). *Camara de Turismo Rural Comunitario (CANTURURAL)*. Obtenido de <http://www.canturural.org/jos/documents/INFORME%20FINAL%20TRC%2011%20octubre%20de%202012.pdf>
- Turismo, O. M. (25 de Enero de 2016). *Wikipedia*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Tipos_de_turismo
- Vazquez, O. (2010). Guía metodologica para el trabajo de Mejoramiento de Calidad de vida en comunidades rurales.

Anexos

Cuestionario #1 Instituciones Gubernamentales y no Gubernamentales

CUESTIONARIO #1

CUESTIONARIO DIRIGIDO A INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES Y NO GUBERNAMENTALES QUE HAN BRINDADO APOYO A LA ASOCIACIÓN AMAGRO

Objetivo: Evaluar la potencialidad turística del proyecto turístico de AMAGRO.

Nombre de la Institución: _____

Cargo de la persona que completa el cuestionario: _____

- 1) ¿Su representada ha trabajado en programas de capacitación con la asociación de AMAGRO?
SI ___ NO ___
- 2) ¿Qué tipos de capacitación han realizado en AMAGRO?
___ Agro negocios
___ Agricultura
___ Turismo rural
___ Mejoramiento de vida
___ Sostenibilidad
- 3) ¿Por cuánto tiempo han venido trabajando con AMAGRO?
___ De 1 a 5 años
___ De 6 a 10 años
___ Más de 10 años
- 4) ¿Considera usted que AMAGRO cuenta con potencial para desarrollar actividad turística rural?
SI ___ NO ___
¿Por qué?

- 5) De las siguientes opciones seleccione las que considera como la infraestructura mínima adecuada para desarrollar el proyecto turístico rural. Puede escoger más de una opción:
a) Caminos/acceso
b) Señalización
c) Actividades agrícolas
d) Recursos naturales y geográficos
- 6) ¿Considera que AMAGRO cuenta con una estructura organizacional (perfiles de puestos) que facilita el desarrollo del proyecto turístico? Esto es con la finalidad de conocer si los miembros de la junta directiva de AMAGRO cuentan con la capacitación adecuada para desempeñar en esos puestos.
SI ___ NO ___
¿Por qué?

- 7) ¿Existe una relación entre los miembros de la comunidad con actores externos (entidades) que facilite la realización del proyecto turístico?
SI ___ NO ___
Cuáles: _____
- 8) ¿Las características de la comunidad permiten cumplir con el reglamento para posadas de turismo rural comunitario? Para funcionarios de Instituto Costarricense de Turismo (ICT).
SI ___ NO ___
- 9) ¿Cuáles de los siguientes productos y servicios considera más potenciales para ser desarrollados en una actividad turística rural comunitaria? En una escala de 1 a 5, en donde 1 un poco potencial y 5 es máximo potencial.
___ Tours por senderos
___ Café orgánico
___ Servicio de alimentación
___ Charlas a visitantes
___ Huertas orgánicas
- 10) ¿Conoce el Plan de Mejoramiento de vida (JICA) que implementa la asociación AMAGRO?
SI ___ NO ___
Si responde sí, ¿Cuáles resultados considera que han tenido? Puede marcar más de una opción.
___ Mejoras en la salud
___ Conciencia ambiental
___ Trabajo en equipo
___ Nuevos proyectos ¿Cuáles? Huertas caseras, biojardinera, arreglo del salón, limpieza de desechos sólidos y separación, mejora en la dieta
___ No considero algún cambio

Observaciones:

Cuestionario #2 Empresarios de Turismo Rural Comunitario

CUESTIONARIO #2 CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESARIOS DE TURISMO RURAL COMUNITARIO

Objetivo: Evaluar la potencialidad turística del proyecto turístico de AMAGRO.

Nombre de la Empresa que completa el cuestionario: _____

- 1) ¿Contempla su proyecto elementos de naturaleza, agricultura orgánica, historia y trabajo comunitario?
SI ____ NO ____
 - 2) ¿En su proyecto aprovechan los recursos naturales como complemento de su oferta turística?
SI ____ NO ____
 - 3) ¿Realizan ustedes programas de mejoramiento de vida? (Por ejemplo programas de reciclaje, huertas orgánicas, utilización de biodigestores, entre otros)
SI ____ NO ____
 - 4) ¿Qué productos se comercializan en sus proyectos?
Hortalizas y Frutas Orgánicas ____
Tours en la finca (senderos, lechería, calidad de vida) ____
Café Orgánico ____
Otro ____
 - 5) ¿Qué tipo de servicios ofrecen?
Servicios de alimentación (comedor, soda, restaurante) ____
Charlas ____
Senderos ____

Trabajos manuales con reciclaje ____
Otros ____
 - 6) ¿Qué tipo de estructura organizativa poseen?
Junta Directiva ____
Gerencial ____
Unipersonal ____
 - 7) ¿Cuál es su mercado meta?
Científicos ____
Exploradores en el área de Turismo Rural Comunitario ____
Estudiantes Universitarios ____
Cliente interesado en la naturaleza ____
Vivencias Rurales ____
Turismo de cruceros ____
 - 8) ¿Qué tipo de publicidad maneja?
Páginas Web ____
Redes sociales ____
Convenios con agencias de viajes, ICT, Cámaras de Turismo, hoteles ____
Revistas y boletines informativos de Turismo ____
 - 9) ¿Conoce usted la zona de Arancibia, en Montes de Oro de Miramar, específicamente el proyecto de AMAGRO?
SI ____ NO ____
 - 10) ¿Considera usted que la zona de Arancibia cuenta con potencial para desarrollar actividades de Turismo Rural Comunitario?
SI ____ NO ____
 - 11) ¿Cuáles de los siguientes productos y servicios considera más potenciales para ser desarrollados en una actividad turística rural comunitaria? En una escala de 1 a 5, en donde 1 un poco potencial y 5 es máximo potencial.
____ Tours por senderos
____ Café orgánico
____ Servicio de alimentación
____ Charlas a visitantes
____ Huertas orgánicas
 - 12) ¿Conoce el Plan de Mejoramiento de calidad de vida (JICA) que implementa la asociación AMAGRO?
SI ____ No ____
 - 13) ¿Considera a AMAGRO como competencia a nivel de turismo rural?
SI ____ No ____
- Por Qué:

Cuestionario #3 Tour Operadores

Cuestionario #3 CUESTIONARIO DIRIGIDO A TOUR OPERADORES

Objetivo: Evaluar la percepción de los empresarios de los tours operadores y taxistas, sobre la potencialidad turística de AMAGRO.

Nombre de la empresa: _____

Nombre de la persona que completa el cuestionario: _____

Marque con una X.

1. ¿Ha visitado usted la zona de Arancibia?
SI ___ NO ___
2. ¿Conoce usted la geografía y el clima de Arancibia?
SI ___ NO ___
3. ¿Considera usted que la geografía y el clima de la zona es apta para realizar actividad turística?
SI ___ NO ___
Por qué: _____
4. ¿Conoce usted qué es el Turismo Rural?
SI ___ NO ___
5. ¿Considera usted que el turismo rural sea un potencial en la zona de Arancibia de Puntarenas?
SI ___ NO ___
6. ¿Considera usted que los turistas que visitan la ciudad de Puntarenas, puede estar interesado en realizar Turismo Rural en la zona de Arancibia?
SI ___ NO ___
7. ¿Cómo empresario turístico realizaría tours de Turismo Rural en la zona de Arancibia?
SI ___ NO ___
Por qué: _____
8. ¿Promocionaría usted este nuevo destino y tipo de turismo que se da en Puntarenas?
SI ___ NO ___
9. ¿Cómo tour operador o servicio de transporte turístico, cómo promocionaría usted el nuevo producto que se ofrece? Puede marcar varias opciones. Puede marcar más de una opción.
Anuncio de Radio ___
Anuncio Televisivo ___
Valla Publicitaria ___
Brochours ___
Perifoneo ___
Páginas Web ___
Redes Sociales ___
10. ¿Cuáles clientes consideran que sean potenciales, para la realización de actividades de Turismo Rural?
Turista extranjero (cruceros) ___
Turista Nacional ___
Estudiantes (Colegios y Universitarios) ___
Otros ___
11. ¿Cuáles de los siguientes productos y servicios considera más potenciales para ser desarrollados en una actividad turística rural? En una escala de 1 a 5, en donde 1 es poco potencial y 5 es máximo potencial.
Tours por senderos. ___
Café Orgánico. ___
Servicios de alimentación. ___
Charlas a visitantes. ___
Huertas Orgánicas. ___

Entrevista #1 Dirigida a los Miembros de AMAGRO

ENTREVISTA #1

ENTREVISTA DE CARACTERIZACIÓN DIRIGIDO A ASOCIACIÓN AMAGRO

Objetivo: Caracterizar a la Asociación AMAGRO.

Nombre del entrevistado: _____

I Parte.

¿En qué fecha se fundó la asociación?

¿Cómo fue el proceso de fundación, conformación?

¿Cuántas familias están asociadas?

¿De cuáles instituciones / organizaciones reciben apoyo?

Coméntenos acerca de la organización JIICA y el programa de mejoramiento de vida. ¿En qué les ha beneficiado?

¿Cuántas hectáreas de tierra les pertenece a la asociación?

¿Cuánto de ese terreno es área protegida? ¿Reciben algún incentivo forestal?

¿Cuánta cantidad de terreno es área de agricultura?

¿Son propietarios de las tierras?

II Parte.

Nombre los integrantes de AMAGRO

Cantidad de miembros por familia

Grado de Escolaridad de los integrantes

¿Cuál es funcionamiento y estructura de la asociación en cuanto a los siguientes aspectos?:

Dividendos

Junta directiva

Elección de junta directiva, frecuencia.

¿Tienen algún control de Contabilidad?

¿Cómo tienen distribuidas las funciones? Reparten las funciones entre sus miembros y tienen claridad sobre las mismas.

¿Realizan reuniones para coordinar acciones?

¿Con qué frecuencia? ¿Llevan actas de esas reuniones?

¿Cuentan con algún tipo de póliza? RT/RCG?

Sobre Servicios básicos: ¿disponen de telefonía, electricidad, agua potable, caminos, rotulación pública?

¿Cuenta la asociación con facturas timbradas?

En relación con la participación de las mujeres de la comunidad ¿Cuál es el papel de ellas en la asociación?

¿Cuáles necesidades de capacitación tienen?

Entrevista #2 Cámara de Turismo Rural De Cedral, Miramar

ENTREVISTA #2

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA CÁMARA DE TURISMO DE CEDRAL, MIRAMAR.

Objetivo: Evaluar la potencialidad turística del proyecto turístico de AMAGRO.

Nombre y cargo de la persona entrevistada: _____

- 1) ¿Usted conoce a la asociación AMAGRO, ubicada en Arancibia?
Sí_____ No_____, Si la respuesta es sí, conteste la siguiente pregunta.
- 2) ¿Cuál es la relación / intervención existente entre la Cámara de Turismo y AMAGRO?
- 3) ¿Ha realizado la Cámara algún tipo de trabajo / proyecto en AMAGRO?
Si_____ No_____ Si la respuesta es sí, conteste la siguiente pregunta.
- 4) ¿Qué tipo de trabajo / proyecto ha realizado la Cámara?
- 5) ¿Por cuánto tiempo han venido trabajando con AMAGRO?
- 6) ¿Cómo interviene el gobierno local en el desarrollo de la comunidad?
- 7) ¿Considera usted que la zona de Arancibia tiene potencial para desarrollar actividades de turismo rural comunitario? ¿Por qué?
- 8) Comentar si considera que AMAGRO cuenta con potencial para desarrollar actividad turística rural? ¿por qué?
- 9) ¿Conoce si se ha realizado algún estudio de mercado para el desarrollo turístico en la zona?
- 10) ¿Sabe si se ha financiado algún proyecto turístico rural en la zona o de posibilidades de financiamiento / apoyo de parte de donantes (gobierno, ONG, etc.)?

Carta de aprobación Tutora

08 de mayo del 2017

Licenciada
Denia Castro Mendoza
Directora de Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas
UTN, Sede del Pacífico

La suscrita Máster Indira Chavarria Torres, en mi calidad de profesora a cargo del curso Trabajo de Opción de Graduación TFG-01 del Programa de Licenciatura en Gestión de Empresas de Hospedaje; manifiesto que doy por aprobado el trabajo de investigación:

"Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística ubicada en Los Lagos de Arancibia, Cantón Central – Puntarenas, analizada durante el período de Agosto 2015 – Abril 2016".

Se autoriza a las estudiantes Mariana Espinoza Quesada, Kattia Palacios Avilés y Alexandra Paniagua Ramirez, para la defensa de su proyecto.

Atentamente;



Mba. Indira Chavarria Torres
Profesora

Carta de aprobación Lector

San José, Miércoles 02 de mayo del 2017.

Señores

Universidad Técnica Nacional

Cede del Pacífico

El Roble de Puntarenas

Estimados señores:

Yo Jesús Torres Herrera portador de la cédula 3-294-841 por medio de la presente hago constar que leído la tesis de las estudiantes, Mariana Espinoza Quesada, Alexandra Paniagua Ramírez y Kattia Palacios Avilés , en la carrera Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas, en el grado de Licenciatura y por lo tanto le doy mi debida aprobación.

Sin otro particular se despide,



Lic. Jesús Torres Herrera

Ejecutivo de Turismo 1

Instituto Costarricense de Turismo.

Carta de aprobación Filóloga

Puntarenas, 04 de mayo de 2017

Señores:
Universidad Técnica Nacional
Sede del Pacífico
S.O

Por este medio hago constar que he revisado y corregido la sintaxis, la morfología y la semántica del texto denominado: "Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística, ubicado en Los Lagos de Arancibia, Cantón Central – Puntarenas, analizada durante el periodo de agosto – 2015 – abril 2016", propiedad de Mariana Espinoza Quesada, Katia Palacios Avilés, Alexandra Paniagua Ramírez y presentado como requisito para optar por el grado académico de Licenciatura en Gestión de Empresas de Hospedajes y Gastronómicas.

Cordialmente,



Licda. Magdalena Venegas Porras
Filóloga
Carné 10785
Cédula 6-230-116