



Universidad Hispanoamericana
Facultad de Ciencias Sociales
Escuela de Turismo
Licenciatura en Hoteles y Restaurantes

Propuesta para la creación de un Centro de información turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí, con el fin de promover el cantón como destino turístico

Angélica Graciela Alvarado Espinoza

Heredia, Costa Rica
Febrero, 2019

Anexos B. Documentos de requisito para realizar y presentar la tesis para la respectiva defensa.

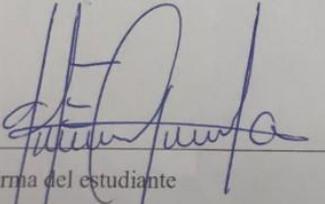
Declaración Jurada

DECLARACIÓN JURADA

Yo Angélica Alvarado Espinoza, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 206370449 egresado de la carrera de Turismo de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente aperecebido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de licenciatura en administración de Hoteles y Restaurantes juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: Propuesta para la creación de un Centro de Información Turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí, con el fin de promover el cantón como destino turístico.

es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público.

en fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 25 días del mes de Febrero del año dos mil 2019.


Firma del estudiante

Cédula
206370449

Carta del tutor

CARTA DEL TUTOR

San José, 25 de febrero de 2019

Señores
 Dirección de Registro y Administración
 Universidad Hispanoamericana

Estimados señores:

El estudiante **ANGELICA GRACIELA ALVARADO ESPINOZA**, cédula de identidad número **2-0637-0449**, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **Propuesta para la creación de un centro de información turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí con el fin de promover el Cantón como destino turístico**, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Turismo con énfasis en Hoteles y Restaurantes.

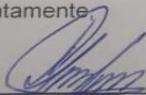
En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	8%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	28%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	19%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL	100%	95%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,



MSs. Hendrick Mejía Gochez
 Cédula de Identidad Número 800920437
 Carné Colegio Profesional Colypro 67569

Constancia del lector Metodológico.

Constancia del lector Metodológico.

Señores

Departamento de Registro

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

S.M

Estimados señores:

Reciban un cordial saludo de este servidor, de mi mayor consideración. Por este medio les comunico que en calidad de Lector he revisado el documento que corresponde a la Tesis, tema denominado "Propuesta para la creación de un Centro de información turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí, con el fin de promover el cantón como destino turístico", elaborado por la estudiante Angelica Graciela Alvarado Espinoza, cedula de identidad 2-0637-0449, para obtener el Grado Académico Profesional de Licenciatura en administración de Hoteles y Restaurantes.

Hago constar que el documento fue objeto de mi lectura y que reúne los requerimientos de forma y fondo para ser sometido al proceso de presentación ante el Tribunal Académico de la Universidad.

Se suscribe, muy atentamente,



MBA. JUAN MANUEL SANDI C

Docente, Facultad de Turismo

Lector



Corrección de Estilo
Msc. Marilú Miranda Carvajal

Profa. Español y Literatura. Filóloga.
Magister en Administración Educativa.
Universidad de Costa Rica / Universidad de La Salle.

San José 29 de marzo de 2019

Departamento de Registro
 Licenciatura en Turismo con énfasis en hoteles y restaurantes

Universidad Hispanoamericana

Estimados señores:

La estudiante Angélica Graciela Alvarado Espinoza, cédula de identidad número 2 0637 0449, me ha presentado, para efectos de corrección de estilo, el trabajo de investigación denominado "Propuesta para la creación de un Centro de información turística en el distrito Puerto Viejo de Sarapiquí, con el fin de promover el cantón como destino turístico" el cual ha elaborado para optar por el grado de Licenciatura en Turismo con énfasis en hoteles y restaurantes.

He revisado, de acuerdo con los lineamientos de la corrección de estilo señalados por la Universidad, los aspectos de estructura gramatical, acentuación, ortografía, puntuación y los vicios de dicción, que se trasladan al estilo, y he verificado que se han realizado todas las correcciones indicadas en el documento.

Por consiguiente, doy fe de que este trabajo se encuentra listo para ser presentado oficialmente a esta prestigiosa Universidad.

Atentamente,

MSc. Marilú Miranda Carvajal
 Cédula de identidad: 3 0211 0774
 Carné de Colegio de Licenciados y Profesores N°. 08839

Tabla de contenido	ii
Dedicatoria	viii
Agradecimiento	ix
Presentación	x
Capítulo I	14
Marco contextual	15
1.1 Planteamiento del Problema	15
A)- Antecedentes.....	15
b)- Descripción de la situación que presenta una debilidad, deficiencia o vacío.	20
C)- Justificación	24
1.2 Redacción del problema central	27
1.3 Objetivos de la investigación	30
1.3.1 Objetivo general.....	30
1.3.2 Objetivos Específicos.....	30
1.4. Alcance y Limitaciones	31
1.3.3 Alcances.....	31
1.3.4 Limitaciones.....	31
Capítulo II	32
El Contexto Histórico y Teórico	33
2.1.1. Historia del Turismo Mundial	33
2.1.2. Historia del Turismo en Costa Rica	34
2.2 El Contexto Teórico-Conceptual	36
2.2.1 Inventario Turísticos y sus componentes	36
2.2.2 Empresas Turísticas	40
2.2.3 Tipos de Turismo	41
2.2.4 El Turista	48
2.2.5 El Tour	48
2.2.6 El Viajero.....	48
2.2.7 Perfil Turístico	49

2.2.8	Potencial Turístico	50
2.2.9	Modelo desarrollo Turístico.....	50
2.2.10	Oferta Turística	51
2.3	Operacionalización de variables o bien categorización de indicadores	
	52	
2.3.1	Planificación del Turismo	52
2.3.2	Propuesta.....	54
2.3.3	Agro ecoturismo.....	54
2.3.4	Ecoturismo.....	55
2.3.5	Desarrollo sustentable	55
2.3.6	Centro Turístico	56
2.3.7	Ecología	56
2.3.8	Agencia	57
2.4	Sarapiquí.....	57
2.4.1	Ubicación	57
2.4.2	Distritos	59
2.4.4	Geología.....	62
2.4.5	Geomorfología	63
2.4.6	Clima y Altitudes	66
2.4.7	Hidrografía	66
2.4.8	Biogeografía	67
2.4.9	Oferta Turística de Sarapiquí.	69
2.4.9.1	Jardines de la Catarata, S.A	69
2.4.9.2	Coopesarapiquí	70
2.4.9.3	Mi Cafecito.....	71
2.4.9.4	Hacienda Pozo Azul.....	72
2.4.9.5	Cinco Ceiba.....	73
2.4.9.6	Río Sarapiquí	73
2.4.9.7	Parque Nacional Braulio Carrillo.....	74
2.4.9.8	Reserva Biológica La Tirimbina	75
2.4.9.10	Reserva Ecológica Bijagual de Sarapiquí	77

2.4.9.11 Museo de Culturas Indígenas Dra. María Eugenia Bozzoli. Centro Neotrópico Sarapiquí.....	77
2.4.9.12 Carretera Poás, Vara Blanca, Cinchona, Cariblanco, San Miguel.....	77
2.5 Conceptos relacionados con la Publicidad	78
2.5.1. Publicidad	78
2.5.2. Agencia de publicidad.....	78
2.5.3. Campaña publicitaria	79
2.5.4. Publicidad en televisión	79
2.5.5. Publicidad en prensa	80
2.5.6 Instituciones Públicas del cantón de Sarapiquí	81
Cuadro N°2. Instituciones Públicas	81
Capítulo III.....	83
3.1. Tipo de enfoque de la investigación y el paradigma	84
3.1.1 Ubicación Paradigmática.....	84
3.1.2 El Enfoque	84
3.2. Tipo de Investigación	86
3.2.1 Descriptivo	86
3.2.2 Transversal.....	86
3.2.3 Investigación exploratoria.....	87
Sujetos y fuentes de Investigación	87
3.3.1 Sujetos	87
3.3.2 Fuentes	89
3.3.2.1 Las fuentes primarias	89
3.3.2.2 Las fuentes secundarias	90
3.3 Técnicas e Instrumentos para la recolección de la Información.	90
3.4.1 La validez.....	91
3.4.2 Técnica Entrevista.....	91
3.4.3 La Observación.....	91
3.4.4 Cuestionarios	92
Capítulo IV.....	94

4.1.1 Encuesta	95
4.1.1.1 Sexo.....	96
4.1.1.2 Edad.....	97
4.1.1.3 Estado Civil.....	98
4.1.1.4 Nivel de Educación	100
4.1.1.5 Especialidad o Profesión	102
4.1.1.6 Permanencia en Costa Rica	104
4.1.2.1 ¿Cómo considera el acceso al cantón de Sarapiquí?	106
4.1.2.2 ¿Qué medio de transporte utiliza?	107
4.1.2.3 ¿Cuál es su opinión sobre las vías de comunicación, (Carreteras, señalización, entre otros)?.....	109
4.1.2.4 ¿Motivos para visitar Costa Rica?.....	110
4.1.2.5 ¿Cuánto tiempo va a estar en Costa Rica?.....	112
4.1.2.6 ¿Por qué Visita Sarapiquí?	113
4.1.2.7 ¿Qué fue lo que más le gusto de los lugares visitados?.....	115
4.1.2.8 ¿Qué no le agrado de su viaje a Sarapiquí?.....	117
4.1.2.9 ¿Ha recibido alguna vez información sobre los atractivos o establecimientos de hospedaje que ofrece el canton de Sarapiquí?.....	119
4.1.2.10 ¿Cuál es su opinión para la creación de un centro de información Turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí, con el fin de promover el cantón como un destino turístico?.....	121
4.1.2.11 ¿Qué actividad turística realizó y cuál fue la que más disfruto?	124
4.1.2.12 ¿Recomendaría a sus amigos y familiares visitar Sarapiquí?.....	126
4.1.2.13 ¿Le gustaría que el cantón de Sarapiquí contara con un mapa turístico–comercial?	128
4.2.1 Entrevista, Informantes Claves	130
4.2.1.1 Nivel de Educación	130
4.2.2.1 ¿Lugar de trabajo y puesto desempeñado?	130
4.2.2.2 ¿Especialidad y Profesión?	131
4.2.2.3 ¿Ha trabajado usted con empresas turísticas?	132
4.2.2.4 ¿Qué tipo de cliente asesora con mayor frecuencia?	133
4.2.2.5 ¿Podría asesorar en la selección de diferentes tours a turistas en el Cantón de Sarapiquí?	133

4.2.2.6 ¿Cuáles serían las recomendaciones que como profesional realizaría para la creación de un centro de información turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí con el fin de promover el Cantón como un destino turístico?	133
4.2.2.7 ¿Qué tipo de empresas recomendaría que se incluyan en el mapa turístico-comercial del cantón de Sarapiquí?	134
4.2.2.8 ¿Considera usted que el Cantón de Sarapiquí cuenta con el producto turístico necesario para convertirse en un destino turístico en Costa Rica?	135
4.2.2.9 ¿Cuál es el potencial turístico del Cantón de Sarapiquí?	135
4.2.2.10 ¿Existe alguna institución estatal que capacite en la actividad turística del cantón de Sarapiquí?	136
4.2.2.11 ¿Cuáles son las 5 actividades turísticas más practicadas por los clientes en el Cantón de Sarapiquí?	137
4.2.2.12 ¿Qué proyectos fomentaría para lograr el desarrollo turístico del cantón de Sarapiquí?	137
4.2.2.13 ¿Cuál o cuáles destinos turísticos considera indispensables de ser incluidos en un paquete turístico?	138
4.2.2.14 ¿Es de su conocimiento si el cantón de Sarapiquí cuenta con un o diagnóstico de los atractivos con potencial turístico?	138
4.2.2.15 ¿Cuáles son los medios primordiales que se utilizan para promocionar el cantón de Sarapiquí?	139
4.2.3.16 ¿Reconoce los problemas que enfrenta el cantón de Sarapiquí que repercuten directamente o indirectamente la visitación de este?	139
4.2.3.17 ¿Cuáles son las principales Características de los turistas que visitan el cantón de Sarapiquí?	139
4.2.3.10 ¿Forma aparte de las empresas que obtuvieron o contribuyeron a la certificación de Sarapiquí como destino Sostenible?	140
Capítulo V.....	141
Conclusiones y Recomendaciones	142
5.1 Conclusiones.....	142
5.1.1 Objetivo específico N° 1	142
5.1.2 Objetivo específico N° 2	145
5.1.3 Objetivo específico N° 3	146
5.1.4 Objetivo específico N° 4	147
5.1.5 Objetivo específico N° 5	150
5.1.6 Objetivo específico N° 6	157

5.2 Recomendaciones	157
5.2.1 Objetivo específico N° 1	157
5.2.2 Objetivo específico N° 2	158
5.2.3 Objetivo específico N° 3	159
5.2.4 Objetivo específico N° 4	159
5.2.5 Objetivo específico N° 5	160
5.2.6 Objetivo específico N° 6	162
Bibliografía.....	163
Anexos	165

Dedicatoria

Primero quiero dedicar esta tesina a Dios, en quien confié plenamente, Él me brindó la fuerza, el coraje y la confianza para continuar adelante y no desmayar ante los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la determinación de desfallecer en el intento.

Esta tesis se la dedico a todas esas personas quienes en algún momento de sus vidas recibieron comentarios de desmotivación por su clase social, por la lejanía de las diferentes universidades, por el tener que trabajar y estudiar, etc. Hoy con gran orgullo doy fe del esfuerzo que se debe realizar y sin duda alguna de los sacrificios por los que se atraviesan. Pero sí se puede lograr para alcanzar el sueño anhelado el cual es sinónimo de superación, enfrentando cada obstáculo con dinamismo y sobretodo con fe el cual todo ganador derribará para llegar a la meta.

También se la dedico a la persona que más extraño, y a la cual le debo mi mayor admiración, mi Abuelo, Carlos Alvarado Conejo, el murió hace unos años atrás, pero él es mi mayor inspiración aun cuando no se encuentra presente en cuerpo, sé que estaría muy feliz de ver a una de sus nietas cumpliendo el sueño de tener un título universitario, en esta ocasión el de Licenciada.

Agradecimiento

Un trabajo de investigación es también fruto del reconocimiento y del apoyo vital que nos ofrecen las personas que nos rodean y aman, sin su apoyo no tendríamos la fuerza y energía, ellos nos animan a crecer como personas y como profesionales. Gracias a cada una de esas personas que de forma directa e indirecta me ayudaron a llegar a cada clase, cita o reunión para poder cumplir mi objetivo final de ser una profesional. Gracias a mis amigos, que siempre me han prestado un gran apoyo moral y humano necesario en los momentos difíciles de este trabajo y esta profesión.

No puedo dejar de lado el agradecimiento para Juan Rojas Rojas y su esposa Melania, quienes se convierten en una fuente de inspiración y admiración cada vez que me brindan una palabra de apoyo.

Y mi principal bastón de vida, primordial la confianza a mi Dios por las fuerzas y por no dejarme caer a pesar de cada uno de los obstáculos vividos en esta travesía de mi vida, brindándome la oportunidad de aumentar mis alegrías al estar cerca de cumplir una de mis metas.

Presentación

El cantón de Sarapiquí de la provincia de Heredia contempla actualmente las comunidades de:

- Vieja Cinchona
- Nueva Cinchona
- Ujarrás,
- Cariblanco,
- San Miguel
- y bosque Alegre.

Conformado por cinco distritos, La Virgen, Puerto Viejo, Horquetas, Rio Frio y la Cureña. La zona registra gran vulnerabilidad ante desastres naturales por la presencia de volcanes, fallas tectónicas y paso de vientos y tormentas.

Según la página, ecoturismopoas.org, Cámara de Turismo entre Lagunas y Bosques, pinceladas históricas, Vulnerabilidad del cantón ante desastres naturales, no posee número de página.

“En el año 1953 a 1955, el Volcán Poás registró una fuerte erupción quemando gran parte de la vegetación de las tierras y cerros aledaños”.

No obstante, el acontecimiento natural más devastador registrado a la fecha es el movimiento telúrico del 8 de enero del 2009. Cinchona y las comunidades aledañas se enfrentaron a un terremoto de 6,2 grados en la escala de Richter, mismo que provocó gran cantidad de deslizamientos, daños y pérdidas humanas, ambientales, socioeconómicas, de infraestructura y telecomunicación. Debido al acontecimiento de este fenómeno natural, la carretera denominada hoy Ruta 126, la cual comunica Vara Blanca con Puerto Viejo de Sarapiquí

y tiene una extensión de 57 kilómetros, se vio seriamente afectada. La falla tectónica impactada fue el Sistema Vara Blanca-Ángel. El epicentro se ubicó a cuatro kilómetros al suroeste afectando a las comunidades de Cinchona, Varablanca, Los Cartagos, San Miguel, Cariblanco, El Ángel, Carrizal, Poasito y Sarapiquí. Ante el desastre natural, un altísimo porcentaje de industriales, proveedores y comerciantes de la zona se vieron afectados económicamente.

Según publicaciones de la Nación (Imprenta Nacional), en su página

<https://www.nacion.com>, Terremoto de Cinchona causó 180 deslizamientos en montañas, no posee número de página.

"Todos ellos descargan sus aguas en el río Sarapiquí. El día del terremoto, por este último descendió una avalancha que alcanzó una altura de entre 10 y 12 metros.

Este desastre natural se originó en los alrededores del cantón de Sarapiquí, pero el mismo afectó seriamente de una manera directa a la economía de la zona. La avalancha provocó que el río y algunos de los atractivos turísticos más visitados que se encontraban cerca de este se vieran seriamente afectados.

La Carretera que unía la zona de Vara Blanca con Sarapiquí quedó totalmente destruida. Se reportaron derrumbes en las carreteras de acceso a esos poblados, así como deslizamientos y cabezas de agua. La carretera quedó completamente obstruida.

El fenómeno natural provocó serios daños en la economía. El turismo decayó de manera abrupta debido a los cambios provocados por la crecida del río. El callón se expandió y provocó la incertidumbre entre sus habitantes y turistas. Además, el distrito de Puerto Viejo debido a las irregularidades que presenta el terreno ha venido sufriendo impactos significativos en cuanto a inundaciones en las épocas lluviosas del país, este fenómeno se nota con más presencia en los

meses de septiembre, octubre y noviembre. Afectando las diferentes actividades socio económicas de Puerto Viejo de Sarapiquí, este problema ha provocado que los afectados, primordialmente los habitantes se avoquen a la búsqueda de nuevas estrategias para posicionar e incrementar el desarrollo de la actividad turística del cantón. Promoviendo el mismo como un destino turístico con la creación de un centro de información turística que permita dar a conocer con mayor destreza los principales atractivos y servicios con los que cuenta el cantón.

Sarapiquí es el cantón más grande de la provincia de Heredia y sus condiciones físicas le confieren una multiplicidad de paisajes, que se han ido aprovechando para desarrollar todo tipo de turismo. En su territorio se encuentra el Parque Nacional Braulio Carrillo y la Cordillera Volcánica Central, cubiertas de bosques lluviosos primarios y secundarios, conservado y protegido por Ley. Allí existen varios, cerros, Volcán y lagunas, dotados de senderos y facilidades para los visitantes. El bosque ocupa la Vertiente Caribeña de la Cordillera, desde los 3.000 metros sobre el nivel del mar hasta los 35, cubriendo varios techos ecológicos lo que le otorgan una gran variedad de flora y fauna.

En esta parte del Territorio, se ha generado una oferta de actividades de “aventura” (rafting, canopy, cabalgatas, caminatas, etc.), de contemplación de la riqueza natural, muchas veces combinando ambos atractivos en un solo establecimiento y actividades científico-ambientales y de divulgación.

El Río Sarapiquí, en su parte alta, provee oportunidades para rafting, y en su parte baja, ofrece la posibilidad de navegar hasta el Río San Juan y Barra del Colorado.

La fauna y la flora tanto de montaña como del llano han sido aprovechadas por organizaciones como la OTS (Organización de Estudios Tropicales), que ofrece a investigadores

y estudiantes de unas 64 universidades de todo el mundo, la posibilidad de usar sus instalaciones para estudios científicos.

El mercado para la actividad turística de Sarapiquí es tanto extranjero como nacional. El usuario extranjero busca una experiencia de turismo “verde”, de contacto próximo con la naturaleza, complementado con actividades de mayor riesgo. El turismo nacional está basado en visitas por un día, para utilizar facilidades de piscinas y deportivas, restaurantes y recientemente para el desarrollo de eventos de distinto tipo.

Capítulo I

Marco contextual

1.1 Planteamiento del Problema

A)- Antecedentes

El origen del cantón lo brinda el río Sarapiquí, pues este que nace y drena la región. Según Carlos Gagini, es Siri-Piquí, su traducción en español es Sarapiquí, aseveración que fundamenta un documento de 1640, el cual indica que un río que tiene por nombre entre los naturales Yori y comúnmente nombrado por la gente del mar (zambos mosquitos) Siripiquí.

Este cantón tiene una historia relevante en nuestro país, por dos razones, fue la primera vía de transporte entre Costa Rica y Europa, además jugó un papel importante en la defensa de la Soberanía Nacional. En 1856, los filibusteros al mando de Walker ingresan al país por esta vía, donde son derrotados en la batalla de Sardinal por el ejército costarricense (Municipalidad de Sarapiquí, 2018).

Aunque las principales actividades del cantón giraban en torno a las agropecuarias (1850-1980) como el café, maíz, cacao, cítricos, banano, palmito, árboles frutales, la ganadería, y el cultivo de la piña. El cantón muestra, en la actualidad, un desarrollo vinculado especialmente al ecoturismo y el turismo científico, que cuenta con tres vías de acceso de gran belleza escénica cada una, como la ruta tradicional o ruta de los héroes (Vara Blanca), donde se observan las cataratas San Fernando y La Paz, otra es la carretera Braulio Carrillo, atravesando el Parque Nacional del mismo nombre y la tercera es San Carlos (Cámara de Turismo de Sarapiquí, 2018).

Las principales atracciones de la región lo constituyen el “bosque lluvioso” y su biodiversidad inherente, y el río Sarapiquí, que nace en el antiguo cráter del volcán Poás. Es un atractivo particular para los amantes de la navegación en los rápidos, y en las llanuras ofrece una

gran riqueza natural, donde pueden apreciarse numerosas especies de flora y fauna (Cámara de Turismo de Sarapiquí, 2018).

Algunos de los principales atractivos con los que cuenta el cantón de Sarapiquí son:

Mi Cafecito

Mi cafecito coffe tour, es un centro turístico que se encuentra en crecimiento, tanto en el área organizacional como en el aspecto de infraestructura, es nuevo en el campo del turismo, posee una inversión de pequeños empresarios que intentan inducirse en el campo del turismo.

El lugar cuenta con muy pocos atractivos turísticos, su principal actividad turística es el mostrar el proceso de siembra, recolección, distribución y tostado del café llevando este hasta su última etapa de preparación y degustación, que es cuando se sirve el café y está listo para tomarlo; esto acompañado con una caminata por senderos dentro de la montaña que conducen a una catarata. Igualmente, de visitan un mirador desde donde se puede observar del río Sarapiquí.

Este atractivo posee una gran diversidad de flora y fauna totalmente nativa de la zona, senderos y miradores. Mi Cafecito Coffee Tour, cuenta con un bosque primario virgen (tropical húmedo) en el que destacan todo tipo de arbustos y árboles tales como: cedro maría y macho, cebos, manú, botarrama y laurel. Su fauna caracterizada por una gran variedad de aves y monos.

Jardines de la Catarata, S.A.

El centro turístico abre sus puertas como un Zoológico privado y decide ampliar su oferta turística implementando un hotel en el mismo lugar. El hotel es pequeño, pero con un nivel de acabado y calidad máximo. Este cuenta con cuatro restaurantes los cuales se dividen en estilo

Carta y Buffet. El Zoológico es considerado como uno de los más atractivos del país, cuenta con un aviario, mariposario, monos, jardín de colibríes, serpentario, felinos, ranario, orquídeas y una casa típica, esto sin dejar de lado sus espectaculares cataratas las cuales conforman un grupo de 5.

El hotel posee el reconocimiento de cinco estrellas, los restaurantes están dentro de la categoría de 4 tenedores. Jardines de la Catarata es una empresa privada que brinda más de 150 empleos, de éstos un 80% aproximadamente pertenecen a personas de comunidades cercanas tales como Vara Blanca de Heredia, Cariblanco, Nueva Cinchona y San Miguel.

Hacienda Pozo Azul

La familia Quintana decidió dedicar la hacienda que compró hace unos años a desarrollar una lechería modelo, que en todos sus extremos estuviera acorde con la protección del ambiente y que sus desechos, en lugar de ser un problema para el entorno, resultara una bendición por el importante hecho de que beneficia a los ciudadanos del entorno y en la actualidad, además, está cimentando la calidad de vida de las nuevas generaciones.

De esta manera la lechería es no solo una realidad, si no también un proyecto que cantidad de estudiantes, científicos y personas interesadas en la producción lechera, de aquí y de afuera, visitan con frecuencia.

Como consecuencia de lo arriba comentado surge la acción de reciprocidad, dado que los habitantes se deben avocar a desarrollar la logística necesaria para atender a los visitantes como se lo merecían. Cuando todos los detalles estuvieron afinados, comenzaron a pensar en aplicar esa experiencia a otro tipo de lo que quehacer económico en otras áreas, fue entonces cuando surgió la idea de crear mas desarrollo en el campo al desarrollo de los deportes de aventura. Se

ha convertido en una excelente opción para los que aman entrar en contacto con la naturaleza, subir su nivel de adrenalina, probar sus destrezas y gastar energías, practicando diferentes deportes ejemplo: canopy, rappel, caminatas, cabalgatas, rafting y floating safari.

Cinco Ceibas

Hace casi 20 años, Henk Morelisse caminaba por su propiedad en Costa Rica cuando se encontró con varios árboles macizos: ceibas, almendros (almendros) y guácimos (*Guazuma ulmifolia*). Decidió proteger el bosque existente y reforestar los pastizales, de aquí nace la idea de la creación de un negocio de turismo sostenible que atrae visitantes a la selva, ayudar a educar a los clientes sobre los ecosistemas de bosques tropicales, proporcionar puestos de trabajo para los trabajadores locales y educar a los niños de las escuelas locales sobre el ecologismo.

Además de la caminata por la selva tropical, Cinco Ceibas ofrece otras tres excursiones: un viaje en kayak por el tranquilo Río Cuarto que serpentea a través de la propiedad; un recorrido a caballo por una granja de teca; y un tour de oxcart que rinde reverencia al pasado gloriosamente humilde de Costa Rica. Los huéspedes eligen dos recorridos por día y un almuerzo de estilo bufé que es servido en un restaurante al aire libre, entre recorridos.

Estación de investigación La Selva

OTS estableció la Estación de Investigación La Selva en 1968. Antes de estar bajo el liderazgo de la OET, La Selva era una granja dedicada a la investigación forestal sostenible propiedad de la Dra. Leslie Holdridge.

La influencia de La Selva en la ecología tropical es inconmensurable y de gran importancia cultural, ya que ha servido como un sitio clave de capacitación e investigación para numerosos

científicos profesionales. La Estación de Investigación La Selva fue pionera en la conservación de bosques privados en Costa Rica, ya que fue la primera de lo que ahora es una gran red de reservas forestales privadas en el país.

La riqueza de especies de La Selva es sobresaliente, con más de 2,077 especies de plantas; 125 especies de mamíferos (72 de ellos murciélagos); 470 especies de aves; 48 especies de anfibios; 87 especies de reptiles; 45 especies de peces de agua dulce; y decenas de miles de insectos, arácnidos y otros artrópodos.

Realizan, además, algunas actividades turísticas abiertas al público como **es** la observación de aves.

La Quinta

La Quinta Sarapiquí Lodge ejemplifica la capacidad de recuperación de la selva tropical. En 1993, cuando comenzaron, el sitio era una granja de ganado, despejada de la mayoría de sus árboles y vegetación natural. Una planificación cuidadosa y una oportunidad para la naturaleza han resultado en una recuperación notable. Ha establecido jardines silvestres como un hábitat para atraer mariposas, ranas, pequeños mamíferos y muchas aves. Prácticamente todo crecerá en este entorno, de hecho, el diez por ciento de la biodiversidad de la tierra está presente en Costa Rica y la selva húmeda de las tierras bajas de Sarapiquí ofrece oportunidades ilimitadas para el eco turista.

Tirimbina

La Reserva Biológica Tirimbina nace en 1995 como un esfuerzo privado de conservación, preserva 345 hectáreas de bosque húmedo tropical, bajo la categoría de Refugio Nacional de Vida Silvestre (SINAC-MINAE). Esta organización sin fines de lucro tiene la misión de proteger un recurso de excepcional biodiversidad, mediante la educación ambiental y la investigación científica que promueve la conservación. Tirimbina es a su vez, es un modelo de conservación sólido, autosuficiente y armonioso, con impacto local, nacional e internacional. Cada persona que se hospeda en el lodge, realiza un tour o una caminata en el bosque, financia la conservación del bosque lluvioso de Sarapiquí. Esta ofrece los tours de comitas por el bosque, observación de aves y tours de chocolate.

La Reserva Biológica Tirimbina es un destino de educación, ciencia y ecoturismo situado entre bosques y ríos de la zona norte de Costa Rica. Se identifica con el siguiente eslogan o lema publicitario ¡Visite Tirimbina y Sienta la Vida del Bosque!

b)- Descripción de la situación que presenta una debilidad, deficiencia o vacío.

Sarapiquí muestra un desarrollo en su oferta hotelera compuesta por unas 600 habitaciones. Uno de estos complejos es El hotel La Quinta en Puerto Viejo de Sarapiquí, el cual está orientado a aquellos turistas interesados en la observación de aves, el campo y la agroindustria.

¿De qué manera el distrito de Puerto Viejo podría comenzar a posicionarse dentro de los principales destinos turísticos de Costa Rica?

“Ofrecemos hospedaje asociado con valores agregados como un sendero, ranario, mariposario, jardín de vegetales, plantas medicinales, una galería con arte local, con tradiciones

de Costa Rica como mascaradas con sus explicaciones”, señaló Beatriz Gámez, copropietaria del hotel La Quinta.

Aunque tradicionalmente sus principales actividades giraron en torno a actividades agropecuarias como el café, maíz, cacao, cardamomo, cítricos, banano, palmito, árboles frutales y la ganadería, en la actualidad el cultivo de la piña se perfila como una de sus principales actividades y crece una emergente industria turística atraída por su exuberante naturaleza, el bosque lluvioso, la amabilidad y cordialidad de sus pobladores. El distrito de Puerto Viejo muestra un desarrollo vinculado especialmente al ecoturismo y el turismo científico. También ofrece turismo de aventura, aprovechando los rápidos de los ríos que permiten actividades de canoas, kayaks y botes inflables. En las márgenes más bajas del río Sarapiquí se han empezado a desarrollar los recorridos hacia el río San Juan, Barra del Colorado y Tortuguero.

¿Cuenta Sarapiquí con un distintivo internacional para obtener la posibilidad y crear un centro de información turística en el distrito de Puerto Viejo, con el fin de promover el cantón como destino turístico?

Sarapiquí es uno de los destinos turísticos sostenibles con los que cuenta Costa Rica, este es uno de los reconocimientos brindados por la organización alemana TourCert. Lo que reafirma el crecimiento que vienen teniendo los empresarios turísticos de este cantón.

Según se indica, en la página <https://laregion.cr>, miércoles 26 de setiembre 2018, (s.f.)

“se está trabajando con muchos emprendimientos que son parte del destino, eso los hace trabajar en unión, en red, uniendo esfuerzos, para el bien y la sostenibilidad de Sarapiquí”

El impacto de este certificado podría generar a mediano plazo un aumento de turistas, principalmente europeos, quienes son los que han aumentado en cuanto a visitas al país se refiere.

El distintivo internacional que podría ayudar a potencializar el cantón de Sarapiquí como un destino turístico es la Certificación Sostenibilidad Turística, este es un programa que pretende el ordenamiento y certificación de las empresas turísticas de acuerdo con el grado en que su operación se aproxime a un modelo de sostenibilidad. El CST representa una nueva fuente de competitividad, una forma de diferenciación de la industria turística con respecto a nuestros competidores, en la cual se incentiva el desarrollo de un producto turístico, con una connotación de sostenibilidad, abriendo así, nuevas posibilidades para el mercadeo y promoción internacional. (<http://www.visitcostarica.com>, snp).

El desarrollo turístico sostenible debe verse como la interacción balanceada en el uso apropiado de nuestros recursos naturales y culturales, el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales y el éxito económico de la actividad, que, además, contribuya al desarrollo nacional. Sostenibilidad turística no solo es la respuesta a la demanda, sino una condición indispensable para competir con éxito ahora y en el futuro (Definición de Sostenibilidad Turística, CST, 1997).

La sostenibilidad, como modelo para el desarrollo, plantea la necesidad de satisfacer los requerimientos actuales de la sociedad, sin comprometer el derecho de las futuras generaciones de satisfacer las suyas. Es decir, que el desarrollo del país no puede basarse en una explotación desmedida de los recursos naturales, culturales, sociales que finalmente resultan vitales para cubrir las carencias de la población: alimentación, vivienda, salud, empleo, estos recursos son la única plataforma, con la que cuentan las futuras generaciones de este país para poder satisfacer sus propias necesidades.

¿Cuál es el conocimiento de los turistas que visitan el cantón sobre sus atractivos turísticos con la finalidad de crear un centro de información turística que promueva los atractivos turísticos del cantón de Sarapiquí?

Sarapiquí es el cantón número 10 de la Provincia de Heredia. Colinda con la Reserva Forestal Cordillera Volcánica Central, de la que parte de ella se encuentra dentro del cantón, la Reserva Nacional de Fauna Silvestre Barra del Colorado, el Parque Nacional Braulio Carrillo y la Reserva Biológica La Selva.

Sarapiquí ofrece 6 de las 8 categorías de productos turísticos establecidas por el Instituto Costarricense de Turismo, como son: giras tradicionales, historia natural, turismo de aventura, pesca deportiva, turismo de la tercera edad y turismo científico.

Dentro de la categoría de historia natural se contemplan caminatas dentro del bosque tropical húmedo, observación de aves: 425 especies de aves de las 850 especies con que cuenta el país viajes en bote donde se observan monos, iguanas, caimanes, cocodrilos, perezosos y nutrias. Además, se pueden realizar visitas a Jardines de Ranas y Mariposas: 500 especies de las 700 mariposas que existen en el país. Además de diferentes actividades de Aventura.

Sarapiquí cuenta con una Cámara de Turismo (Catusa), que ha venido haciendo esfuerzos para posicionar la marca identidad del cantón, mediante la organización de actividades, y la participación en ferias. Pero existen dudas de que la inversión sea positiva, por la falta de conocimiento sobre las características del mercado que visita la zona, lo cual es fundamental para tomar decisiones en cuanto al mercadeo de Sarapiquí. Esta situación ha generado incertidumbre y desmotivación para seguir realizando actividades en el futuro cercano. ¿Cuáles son las principales características de los turistas que visitan el cantón de Sarapiquí?

Entre las iniciativas que se llevan a cabo se encuentra la mejora en la infraestructura existente, capacitación y certificación de sostenibilidad turística de la oferta. Esta provee la zona que concentra en biodiversidad, la experiencia en el bosque lluvioso, agroturismo, aventura, tours y caminatas. Sin dejar de lado el río de Sarapiquí con los rápidos y el kayak, el Río Sarapiquí nos ofrece 5 diferentes niveles o secciones para principiantes, intermedios y avanzados.

¿Cómo lograr dar a conocer los atractivos con los que cuenta el cantón de Sarapiquí?

Una de las iniciativas que desea promover la cámara nacional de Turismo para el año 2019 es realizar en una feria turística en Multiplaza de Escazú, con el objetivo de atraer visitación a la esta zona del país.

“Sabemos que muchos costarricenses asocian las vacaciones con la playa; sin embargo, queremos ofrecer una propuesta diferente, no somos un destino tradicional”, comentó Carlos Chavarría, presidente de la Cámara de Turismo de Sarapiquí.

C)- Justificación

▪ ¿Por qué interesa el tema?

Es un tema al cual no se le ha otorgado la importancia que el mismo amerita, es amplio e interesante con muchos aspectos a conocer e investigar, los cuales deben ser tratados con mucha atención y ponerlos en práctica en la creación de un centro de información turística enfocada en promover el cantón de Sarapiquí. El reconocimiento de este Cantón, como un destino turístico y lograr mayor visitación atraería turistas a la zona, con el firme propósito de quienes visiten esta zona se reconozcan e identifiquen los productos locales que se cultivan en esta zona, el aumento de visitantes incrementaría la economía de las comunidades aledañas y esto reduciría en gran medida el desempleo que afecta en la actualidad a esta área.

Sarapiquí lograría posicionarse como una marca nacional, llegando a realizar una competencia directa con la ya establecida en el país, Arenal.

Las evoluciones de las empresas turísticas deben ser estudiadas, según la oferta turística con que cuenta el cantón para obtener un dato más exacto. La Cámara de Turismo de Sarapiquí

(CATUSA) no cuenta con la información que demuestre cuál ha sido el comportamiento o desarrollo turístico del cantón.

El contexto en el que se desarrollan las actividades de turismo, se caracteriza por un ritmo estacional muy marcado, período de vacaciones en el hemisferio norte, de mayo a septiembre y de fin de año diciembre y enero, lo que genera inestabilidad de ingresos para los empresarios y para la mano de obra contratada. Por lo que las temporadas de mayor demanda turísticas en el cantón de Sarapiquí se encuentran muy evidentes.

- **¿Qué importancia tiene el tema?**

La elaboración de este documento permitirá un acercamiento a la realidad turística del cantón Sarapiquí, el mismo es un instrumento de consulta tanto para la Cámara de Turismo de Sarapiquí, Municipalidad de Sarapiquí, empresarios turísticos en la toma de decisiones y diseño de estrategias turísticas.

Este representa el progreso de pequeñas y medianas empresas que se desarrollan de la mano con la comunidad y el medio ambiente, entre el avance de una empresa que preserva y cuida la naturaleza. La sostenibilidad ambiental y la creación de un centro de información turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí, con el fin de promover el cantón como destino turístico, en la provincia de Heredia Costa Rica, aumentarían el número de visitantes implementado mayores empleos, y reconocimiento del cantón en el país.

Permitirá potencializar el cantón, generando mayores oportunidades de crecimiento, con la finalidad de promover el cantón como un destino turístico tanto nacional como internacional. Las empresas que se encuentran en el cantón de Sapiquí contarán con un medio de divulgación de

sus atractivos y servicios además de las promociones o descuentos que se ofrecerán por las diferentes temporadas.

▪ **¿Es viable el estudio o propuesta?**

Esta propuesta es viable debido a que su fin es mejorar, un tema de interés nacional, que afecta cada día más a los ciudadanos de la zona de Sarapiquí. Este Cantón tiene los atractivos y condiciones para darse a conocer como uno de los principales destinos turístico de Costa Rica, que aumente el interés, de los turistas que visitan el país. El contribuir con mejorar la calidad de vida de las personas que habitan en Sarapiquí tanto nacionales como extranjeros con la creación de un centro de información turística, la cual puede ser analizada por la Cámara de Turismo de Sarapiquí y tomar una decisión de consolidar la propuesta.

La propuesta, como aspecto comunitario, aportaría a la comunidad directamente en su propósito por intensificar y apoyar el crecimiento del sector turismo, lo cual no solo beneficiará al cantón de Sarapiquí, sino también al país en general.

Al estar directamente vinculado con la municipalidad y con la Cámara de Turismo de Sarapiquí, (CATUSA) ayudaría a hacer una priorización de las propuestas de inversión y desarrollo, lo que provoca a las entidades a enrumbar el funcionamiento de proyectos de todos los sectores, y que hasta el momento se encuentran detenidos.

La idea primordial de realizar la propuesta es que la misma se haga efectiva, por lo que queda en manos de los altos mandos de la comunidad, Municipalidad de Sarapiquí y la Cámara de Turismo de Sarapiquí, (CATUSA) el implementar el proyecto.

El aporte para la carrera de turismo sería máximo, debido a que es una propuesta que generaría gran auge turístico para el país, la provincia, el cantón y la zona.

Disfrutar del aire libre, encontrar diferentes oportunidades para hacer caminatas naturales y escalar la región o hacer rafting a lo largo del Río Sarapiquí, la oportunidad de un viaje en bote para observar la vida salvaje de esta región donde se podrán observar micos, aves, tortugas y caimanes. Si usted es un ávido observador de aves este podría ser el sitio perfecto para observar las diferentes especies en su ambiente natural, algunas de las especies con las que cuenta Costa Rica tales como el colibrí, quetzal, mirlo y otros más.

El impacto que generaría es el tener una idea de crecimiento futuro, con mejoras en sus atractivos y el que tan viable sería para una empresa que quiere lograr posicionarse en el mercado del turismo con la ayuda de los habitantes de la zona, ambas partes de la mano con la naturaleza que brinda el cantón de Sarapiquí.

1.2 Redacción del problema central

La visita depende en su mayoría de los operadores de turismo, los que en general, están vinculados a organizaciones, fuertemente relacionadas con operadoras internacionales, que ofrecen paquetes turísticos tipo “todo incluido”. Si bien esta forma de comercialización es importante para los prestadores de servicios, pues les garantiza una mayor tasa de ocupación, sin embargo, el depender de esta intermediación les significa un porcentaje de comisión bastante alto, que puede llegar al 30%. La visita directa de extranjeros es muy significativa, pues el turismo de Sarapiquí no es reconocido como un destino de primer nivel, como las playas, la zona de los volcanes (La Fortuna, por ejemplo) o los Parques Nacionales.

Sin embargo, el cantón de Sarapiquí es utilizado como un destino de paso para poder llegar a los diferentes destinos turísticos ya posicionados en el país.

El turismo de Sarapiquí también depende de otros centros y atractivos turísticos, como el Parque Nacional Braulio Carrillo y La Fortuna de San Carlos. Muchos de los tours que van a esos destinos también visitan Sarapiquí, aunque el impacto es fundamentalmente, en restaurantes y algunos tours a plantaciones o atractivos ligados a recursos naturales muy puntuales. En este último rubro, el rafting en la parte alta del Río Sarapiquí merece consideración, así como la navegación en la parte más baja.

El ambiente local de negocios presenta varias situaciones.

Primero, están los servicios turísticos de alto nivel, que busca turistas de ingresos altos, que se caracterizan por instalaciones de un gran aporte de capital, pues muchas poseen terrenos de gran extensión e instalaciones de alojamiento, deportes extremos, caballerizas, servicios. El mercado es altamente competitivo, pues estos establecimientos compiten entre ellos y con otros similares en otras regiones del país. Además, compiten con el turismo de playa, que está altamente desarrollado. La fuente de capital es privada y hay empresarios nacionales y extranjeros. Muchos de estos establecimientos están asociados a la Cámara de Turismo de Sarapiquí (Catusa <http://sarapiquicostarica.com/catusa/index.php>), que promueve las visitas y hace difusión de los servicios que ofrecen, participando en Ferias Internacionales, lo cual incide en mejorar la calidad de los servicios.

Un segundo grupo, representado por unos pocos establecimientos, ofrecen Áreas Protegidas, en las que se ha organizado actividades de investigación y docencia en temas de ecología y conservación. Una de ellas, La Selva, tiene convenio con un número importante de universidades, extranjeras y nacionales, para que se desarrollen allí proyectos de investigación. El financiamiento de estas empresas está ligado a fundaciones que captan recursos para su mantenimiento y desarrollo. Su mercado es básicamente cautivo, pues el grueso de sus servicios

se presta por medio de convenios de largo plazo, ya establecidos con centros de investigación y docencia.

Un tercer grupo está representado por hoteles que ofrecen alojamiento, servicio de restaurante, piscinas, jardines y varios de ellos, facilidades para eventos. Se orientan a un mercado de ingresos medios medios altos, a visitantes de fin de semana y a personas que viajan por razones de trabajo. Existe una variedad de niveles de calidad del servicio y -por consiguiente- de precios por los servicios. Algunos de ellos son miembros de Catusa.

Por último, un cuarto grupo se refiere a actividades de restaurante y bar, orientado principalmente al turismo local y de visitantes de un día.

¿Es necesaria la creación de un mapa turístico- comercial del cantón de Sarapiquí?

La creación de un centro de información turística busca aumentar la llegada de turistas y directamente de la demanda de estos al cantón, lo cual podría incidir en la diversificación de la oferta de trabajo, esta demanda puede ser mediante la aplicación de una encuesta a una selecta cartelera de clientes que disfrutan del vacacionar en Sarapiquí (opinión – interés).

Desde 1996 funciona en Sarapiquí la Cámara de Turismo, cuyo objetivo principal es dar a conocer los atractivos turísticos de la zona, velar por la calidad paisajista para no afectar las poblaciones silvestres y garantizar que se mantenga la enorme diversidad de flora y fauna con la que cuenta el cantón.

Sin embargo, algunos de los asociados con los que cuenta la cámara se encuentran en descontento debido a la poca promoción o divulgación que se le brinda al cantón por parte de CATUSA, consideran que asistir a ferias no es la mejor forma de realizar publicidad.

Cuando se visita el cantón de Sarapiquí la rotulación sobre los diferentes atractivos, culturales, naturales y de aventura que se pueden visitar apenas y están a la vista, son totalmente parciales y pasan simplemente desapercibidos por la mayoría de las turistas.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

1. Proponer la creación de un centro de información turística por medio de la Cámara de Turismo de Sarapiquí en el distrito de Puerto Viejo para promover el cantón como destino turístico.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Realizar un diagnóstico situacional para la creación de un centro de información turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí.
2. Evaluar la percepción de los turistas que visitan los principales centros turísticos del cantón, sobre la creación de un centro de información turística en el distrito de Puerto Viejo enfocado en promover el cantón de Sarapiquí como un destino turístico.
3. Diagnosticar el segmento de mercado que visita en la actualidad el distrito de Puerto Viejo y al cual se debe dirigir el centro de información turística.
4. Identificar el potencial turístico de los atractivos naturales, culturales y de aventura con los que cuenta el Cantón de Sarapiquí.
5. Llevar a cabo la creación de un mapa turístico- comercial del cantón de Sarapiquí con la finalidad de promoverlo como destino turístico.

6. Identificar los diferentes rubros en cuento a la inversión inicial que debe realizar la cámara de Turismo de Sarapiquí, para instalar la oficina en su edificio actual.

1.4. Alcance y Limitaciones

1.3.3 Alcances

El aumento de turistas en el cantón de Sarapiquí, generarían demanda de productos y servicios producidos por los habitantes de la zona, aumentando la calidad de éstos.

Sarapiquí crecería con la posibilidad de ampliar su oferta turística y dar a conocer el cantón a nivel internacional.

Concientizar a la población sobre el potencial turístico de la zona la importancia de crear un algún plan de reordenamiento de los atractivos turísticos, adecuándolos, para generar un mejoramiento a mediano y largo plazo, sociocultural, económico y ambiental.

1.3.4 Limitaciones

La dificultad que se podría originar es el no brindar el debido seguimiento de promoción del mapa turístico-comercial, por parte de la administración del centro de información turística.

Las fuentes de información no son tan confiables, debido a que una parte de los hechos solo fue un acontecimiento que ahora forma parte de la historia, como es el terremoto de Cinchona. El encontrar información específica, propiamente del cantón de Sarapiquí.

Capítulo II

El Contexto Histórico y Teórico

2.1.1. Historia del Turismo Mundial

El turismo a partir del siglo XIX

Tomado de: Miguel Ángel Acerenza, en su libro de Administración de Turismo Vol. 1, Conceptualización y Organización, (1997, P.61).

Indica lo siguiente:

“Todos los estudios del fenómeno coinciden en afirmar que el año más memorable en la historia del turismo es 1841, en el que, por rara coincidencia, comienzan sus actividades en este campo Thomas Cook y Henry Wells. El primero de ellos de Inglaterra y el segundo en Estados Unidos de Norte América”.

El turismo a partir del siglo XVI

“En el periodo que se inicia en el siglo XVI y que llega hasta casi mediados del siglo XIX se establecen las bases del turismo moderno. Durante este periodo tiene su origen el denominado *grand tour*, del que posteriormente se derivara el termino *turismo*”, (Acerenza, 1997, P.56).

Edad Media

Citado por: Renato Quesada Castro, en su libro Elementos del Turismo, (2008, P.51)

“Las peregrinaciones a Roma, Jerusalén y Santiago le dieron a la Edad Media una identidad turístico-religiosa única en la historia del turismo internacional”.

Edad Moderna

Las peregrinaciones continúan durante la Edad Moderna.

Además de los viajes “En esta época también cobro importancia “el balnearismo”, destacándose lugares como Bath (Inglaterra), Baden-Baden (Alemania), Vichy (Francia) y muchos otros distribuidos por todo Europa”,(Quesada 2008, P.54).

Edad Contemporánea

Es la etapa más importante, “se caracteriza por grandes cambios, (sociales, económicos, políticos, culturales, tecnológicos, etc.) Que transformaron por completo la faz de la tierra y la misma civilización. Esa vertiginosa evolución se ha hecho presente en todos los campos del quehacer humano y el turismo”, (Quesada 2008, P.55).

2.1.2. Historia del Turismo en Costa Rica

Primera Etapa (1890-1955)

“El turismo en nuestro país surge a finales del siglo XIX, cuando en 1890 se finaliza la construcción del ferrocarril al atlántico (Caribe), lo que permitió a partir de ese momento una comunicación efectiva entre la ciudad capital (San José) con ese puerto caribeño y ese último con Europa y otros países con los cuales Costa Rica inicio el intercambio comercial”, (Quesada 2008, P.215).

Segunda Etapa (1956-1986)

“Este periodo se inicia con la postrimería de los años cincuenta, la cual es vital para el turismo costarricense, pues durante ella se suscitan una serie de hechos y circunstancias que propician su “despegue” turístico. Entre estos destacaremos la creación del ICT, La construcción de modernos hoteles (Balmoral, Royal Dutch, entre otros.), la organización de nuevas agencias de viajes, la edificación e inauguración en 1958 del Aeropuerto Internacional El Coco (Juan Santamaría), la construcción de la Carretera Panamericana”,(Quesada 2008, P.217).

Tercera Etapa (1987-2000)

“El Periodo en referencia se caracteriza por un mejoramiento, incremento y diversificación de la oferta turística, que se fundamentó en los beneficios brindados por la ley No. 6990 de incentivos para el desarrollo turístico, la cual aún que data de 1985, su impacto se empezó a sentir a partir de 1986 cuando las primeras empresas (hoteleras, gastronómicas, agencias de viajes, arrendadoras de vehículo, además de otros.) Comenzaron a obtener los incentivos fiscales”, (Quesada 2008, P.219).

2.2 El Contexto Teórico-Conceptual

2.2.1 Inventario Turísticos y sus componentes

Inventario Turístico

La OMT propuso un método de inventario y evaluación (OMT, 1978) para ofrecer a los administradores y planificadores turísticos un instrumento práctico y sistemático de los componentes turísticos y elaborar un inventario del patrimonio y de los recursos turísticos del país, región o zona donde se aplique o se requiera.

A la vez, el inventario cuantifica y califica el patrimonio turístico y los recursos inventariados, permitiendo así su evaluación, estudio de los problemas propios de cada uno de los recursos inventariados, facilitar la adaptación de medidas de protección y ordenación de los recursos por medio de la planificación. Establecer una jerarquía para la utilización de los recursos existentes y orientar la política de desarrollo turístico a sus niveles.

El inventario de los recursos se complementa con otro de “facilidades turísticas”, que comprende el análisis del equipamiento, de la infraestructura y superestructura. Para el primero, se distinguen varias categorías, alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios, mientras que para el segundo se diferencian los transportes y las comunicaciones, con una serie de tipos y subtipos dentro de cada uno. Este inventario no se limita solamente al mero registro de la información, si no también se evalúa el estado y la calidad de cada uno de los elementos.

La OMT, por su parte, en el trabajo referido, propone un inventario mucho más exhaustivo basándose en los siguientes puntos: Identificación de recursos, relacionados con otros recursos turísticos en los que se integra, infraestructura específica del recurso (técnica, de transporte y urbana), señalización y accesos, servicios de información, equipamiento turístico y servicios

existentes, calendario y horarios de utilización, planificación existente, equipamiento turístico y servicios existentes, entre otros.

Planta Turística

Este componente es conocido como la estructura productiva del turismo, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar. La planta, entonces, es la encargada de atender y satisfacer las necesidades y gustos de los turistas y su alojamiento durante su pertenencia.

La planta cuando es planificada y no espontánea se desarrolla tomando en cuenta las características y ubicación de los atractivos existentes en su área de influencia inmediata (o próxima) y las actividades que en virtud de estos realizan los turistas. Surgen así los núcleos receptores constituidos por el equipamiento e instalaciones que proveerán los servicios demandados por los visitantes (Quesada, 2008, p.195)

Servicios Turísticos Complementarios

Estos complementos se relacionan con todos aquellos bienes y servicios comerciales, públicos y turísticos, que demandan los visitantes durante su permanencia o visita a un destino. De vital importancia son los transportes turísticos, agencia de viajes, tour operadoras, pues gracias a ellos los turistas pueden trasladarse a los lugares deseados. Las oficinas de información y el servicio de guía (de sitios locales, especializados). Son fundamentales para orientar y conocer en detalle los atributos de los destinos.

Los demás tipos pertenecientes a esta categoría son de carácter turístico indirecto: los cambios de moneda, centros de convenciones, guarderías, estacionamiento, primeros auxilios,

están dirigidos a distintos intereses y personas. En cuanto al comercio, existen muchos artículos (de vestir, deportivos, farmacéuticos, comestible) que los turistas adquieren sea para su uso personal o para darlos como regalos a familiares o amigos.

Se establecen comercios que alquilan equipo (deportivo, de playa, montaña) así como vehículos (motos, bicicletas, cuatriciclos), otros alquilan caballos, kayaks, y hasta motos acuáticas (jet ski). Finalmente, se hallan las artesanías que son adquiridas junto con otros productos (licores, café) como souvenirs (Quesada, 2008, pp.203 - 204).

Infraestructura

Tratándose del turismo, muchas veces se habla erróneamente de la infraestructura turística, para identificar así a todos los servicios básicos disponibles en un destino y hasta se incluyen en esta acepción a los hoteles, restaurantes y demás servicios de la oferta turística que forman parte realmente de la planta o equipamiento turístico.

Es el segundo elemento de la estructuración del turismo, los gaseoductos, carreteras, aeropuertos, marinas, muelles, ferrocarriles y su importancia es enorme para el soporte de la planta turística, pues sus componentes son como se verá, determinantes para la puesta en valor de los atractivos y para desarrollo de la oferta. El concepto de infraestructura hace referencia (Diccionario de la Lengua Española, 1986) al: “Conjunto de servicios básicos para el funcionamiento de una economía moderna” (Quesada, 2008, p.190).

Superestructura turística

Este elemento de la estructuración del turismo está conformado por aquellos organismos públicos o privados, que de manera indirecta o directa coordinan todo lo necesario para que el turismo se dé con éxito.

La superestructura, también, conocida como supraestructura. Se halla en el nivel superior de los elementos que constituyen el patrimonio turístico, a saber: atractivos, infraestructura, planta (estructura productiva) y supraestructura.

Su función es, precisamente, la de propiciar por todos los medios a su alcance, el engranaje y óptimo funcionamiento de los tres primeros elementos que en su conjunto forman el producto turístico del lugar.

De acuerdo con las características de sus organismos, la superestructura puede clasificarse en ámbitos geográficos (internacionales, regionales, nacionales, provinciales o departamentales, locales), participación (directa, indirecta) y actividad gubernamental, empresarial, gremial) (Quesada, 2008, p.206).

Actividad Turística

Para el turismo de Costa Rica, la crisis del 2009 significó un impacto sobre la capacidad de compra en los principales mercados turísticos del mundo. La Organización Mundial de Turismo (OMT) reportó una disminución cercana al 3% en la actividad turística mundial producto del impacto que esta crisis ha tenido sobre el estilo de vida en Estados Unidos y Europa, en variables sensibles tales como la disminución del ingreso medio de las familias, la pérdida de empleos, la caída en el precio de las viviendas, la caída en el gasto de los consumidores, los problemas con

hipotecas y la contracción de los presupuestos familiares factores que, de una u otra forma, impactan sobre las decisiones de viaje de una buena parte de la población.

Según los reportes de la OMT, se mantiene la tendencia de que los viajeros están tomando vacaciones más cortas cuando viajan y su gasto es menor. Esta situación podría hacerse más evidente en el futuro, teniendo presente que los efectos de la crisis no se espera que sean superados en el corto plazo. En el plano regional, Costa Rica mantiene una excelente posición competitiva que le permite, aún en tiempos de crisis en su principal mercado emisor, mantener un flujo importante de turistas.

2.2.2 Empresas Turísticas

Las empresas turísticas se refieren a la actividad que combina una serie de recursos productivos para transforman en bienes y servicios que satisfagan las necesidades de las unidades económicas de consumo (Casanueva, 2000, p.21), también es una organización compuesta por individuos que persiguen un objetivo compartido (Osorio, 2006, p.61).

En el reglamento de la empresa y la actividad turística, se define el concepto de empresa turística de la siguiente manera "...las que prestan servicios directa e indirectamente relacionados con el turismo y que a juicio del Instituto

Costarricense de Turismo reúnan las condiciones necesarias para ser clasificados como tales". Se agrupan en empresas de hospedaje, agencias de viajes, restaurantes, arrendadoras de vehículos, transporte marítimo y aéreo (Quesada, 2008, p.267).

2.2.3 Tipos de Turismo

El Turismo

El Turismo es en el presente una actividad comercial de gran importancia para Costa Rica, porque genera una considerable cantidad de divisas. Lo comentado anteriormente se puede definir como “Movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de su residencia permanente por cualquier motivo relacionado con el espíritu, su cuerpo su profesión”, (Quesada, 2008, P.8).

El turismo hace que las personas se dediquen al goce personal y la satisfacción que le produce internamente, porque la persona lo desea o elige sin compulsión de ningún tipo. El turismo es el movimiento de personas a otro lugar diferente al lugar donde viven, siendo la sumatoria de las relaciones que se derivan de los desplazamientos humanos por diferentes razones, tales como: placer y descanso, culturales, deportivos, religiosos y naturalistas. El turismo puede conceptualizarse a nivel nacional, o bien, internacional.

Turismo Interno o Nacional

Se puede definir también como “Turismo doméstico, y que en adelante identificaremos simplemente como turismo nacional, se entiende como los desplazamientos que efectúan los residentes de un país”, (Acerenza, 1997, P.40).

Turismo Externo o Internacional

“Este se define como “En adelante identificaremos como Turismo Internacional, se relaciona exclusivamente con los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro país distinto de aquel en el cual tiene domicilio habitual”, (Acerenza, 1997, P.41)

En la actualidad el turismo es una de las fuentes de mayores ingresos en la mayoría de los países, ya que cada día existen más personas que viajan y adquieren nuevas experiencias por cada viaje. Costa Rica, en la actualidad, tiene una imagen turística muy definida en el mercado, lo que lo hace atractiva para que muchos extranjeros y turistas nacionales decidan visitar nuestro país, por sus parajes atractivos en la diversa y exuberante fauna y flora que posee. Es por esta razón que nuestro país es preferido antes que a grandes ciudades y lugares reconocidos mundialmente.

Turismo Rural

El Turismo rural es la actividad que se realiza en un espacio con características agropecuarias, de silvicultura y agroecológicas. Habitualmente en pequeñas localidades o fuera del área urbana en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas fincas y caseríos que han sido reformados y adaptados, dirigidos a la familia y ofrecen servicios de calidad, en ocasiones, por los mismos propietarios.

El turismo es una actividad que impacta en forma directa a las comunidades que se dedican a ofrecer este servicio. El estilo de vida y costumbres de los visitantes influyen en todas las personas de las comunidades receptoras. El impacto del turismo rural, a nivel social, es muy notorio en las comunidades anfitrionas, ya que, muchas veces, se producen efectos propios de

esta actividad, tales como la globalización y la aculturación. Este efecto ocurre cuando las personas prefieren lo foráneo que sus propias costumbres, tradiciones y modo de vidas.

Pero, no todo es negativo, también el turismo rural trae aspectos positivos: se crean lazos de amistad entre los turistas y la comunidad anfitriona; pues se produce un intercambio de cultura entre ambas partes. Además, con el desarrollo Turismo Rural se capacita a las personas de la comunidad, teniendo más oportunidad de trabajo y una mejor calidad de vida. Aquí, no existe grandes edificaciones de cadenas hoteleras y su principal característica es dejar el turismo tradicional, para dar paso a una Costa Rica más auténtica, rica en biodiversidad, como también en leyendas, música, comidas y generan grupos de vecinos que reinventaron su estilo de vida y, ahora, conciben el turismo como un motor de crecimiento.

El turismo rural exige que el campesino esté preparado para desempeñar distintas funciones como son: desde guiar una excursión, hablar inglés, cocinar y aprender principios básicos de servicio al cliente, hasta potencializar los recursos con los que cuenta, convirtiéndolos en atractivos turísticos. La nueva actividad demanda como reto principal, atraer visitantes y consolidar el modelo. Los albergues necesitan inquilinos, los cuentacuentos, desempolvar viejas leyendas y las abuelas, volver a curar achaques con sus recetas medicinales.

Tomado del libro: Renato Quesada Castro, Elementos del turismo, Teoría, Clasificación y actividad, 2010

“Los turistas obtienen con sus viajes experiencias que le permiten valorar tanto la realidad sociocultural del destino, como la correspondiente a su lugar de residencia”, (Quesada, 2010, P.221).

Estamos ante un tipo de turismo que permitirá interactuar más profundamente con el entorno mediante la práctica de diversas actividades y deportes: senderismo, rutas en bicicleta, a caballo, o simplemente la contemplación de los paisajes, dándole la oportunidad de conocer la vida en el campo o en una pequeña aldea. Estas actividades se ampliarán con la ayuda en las labores de la tierra, en el caso del agroturismo, alternativa que también debe estar incluida en el concepto de turismo rural como un tipo de éste con sus propias características. El turismo rural se localiza principalmente en el interior, aunque ya existen comunidades de turismo tradicional de litoral que también las ofertan.

Turismo Cultural

El turismo cultural es practicado por quienes viajan motivados por el disfrute y la permanencia en aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y, por encima, de otros recursos turísticos. Dentro de este tipo de turismo, se engloban una serie de disciplinas y de aspectos relacionados con el acontecer histórico del hombre, que se manifiesta a través de la exclusiva identidad, forma de ser, de vivir y de expresión de un pueblo en un espacio geográfico determinado.

“Es considerado que hablar de cultura es hacerlo de civilización, es que brindamos la siguiente definición de este concepto (Diccionario de la Lengua Española, 1986, s.f.)” Conjunto de ideas, técnicas, costumbres y prácticas artísticas que configuran el estado de desarrollo material y social de un pueblo, de un grupo étnico o del conjunto de la humanidad”, (Quesada, 2008, P.101).

Desde esa perspectiva, el que viaja por motivaciones culturales lo hace por conocer, disfrutar o estudiar rasgos específicos o combinados de un pueblo, país o región en especial.

Existen abundantes razones para hacer turismo cultural y esas motivaciones e intereses específicos permiten segmentar aún más este grupo, en virtud del objetivo principal del viaje.

Turismo Deportivo

Quienes viajan por esta modalidad, lo hacen motivados por tres circunstancias principales: participación como espectadores de actividades deportivas internacionales, para disfrutar, aprender o practicar alguna actividad deportiva y para participar en competencias deportivas.

La aceptación del deporte lleva implícitos varios elementos como son:

(Diccionario de la Lengua Española, 1986) "... recreo, pasatiempos, placer, diversión. Ejercicio físico, por lo común al aire libre, practicando individualmente o por equipos" (Quesada, 2007, p.102).

Turismo de Placer

Esta modalidad es muy heterogénea, pues dentro de la misma existe multitud de intereses que generan los desplazamientos turísticos, pero cuya motivación principal es el deseo de divertirse y disfrutar a plenitud lo que hace (pasarla bien), las actividades que los turistas realizan son conocer distintos lugares, hacer compras, jugar, bailar, broncearse, visitar parques temáticos y de atracción, nadar, caminar (Quesada, 2007, p.103).

Turismo de Salud

Este tipo de turismo lo practican las personas que viajan a un destino, categorizado por sus especiales condiciones y facilidades para el descanso y recuperación, o para recibir un

tratamiento o intervención quirúrgica que mejore las deficiencias físicas, estéticas o de salud en general que les aquejan. De esta perspectiva se tiene que los romanos fueron los que sacaron obtuvieron mayor provecho de los recursos naturales y, en especial, las aguas termales (Quesada, 2000, p.104)

Turismo Naturalista

Este tipo es realizado por personas que se sienten atraídas o motivadas para conocer, disfrutar o estudiar un recurso natural singular o características de un destino.

- **Turismo de Naturaleza Suave**

Este es el que practica la mayoría de las personas y consiste en los viajes que ellas realizan a un lugar con especiales atributos naturales y escénicos, para disfrutar de los recursos, pero sin efectuar estudios o investigaciones.

- **Turismo de Naturaleza Fuerte**

Este tipo está conformado por quienes viajan a zonas naturales específicas con el objetivo de investigar o ampliar sus conocimientos respecto de un ecosistema, hábitat o especie: animal o vegetal en particular, es un turismo investigativo y, por ello, algunos, en su momento, lo denominaron o asociaron con el turismo científico.

Turismo en armonía con la naturaleza

Con el objetivo de diversificar su enfoque empresarial, la cooperativa incursionó en la actividad turística sostenible (en armonía con el ambiente), la cual combina su vocación caficultora con la gran riqueza natural de la zona, donde cuentan con un bosque primario, senderos,

cataratas, Río María Aguilar y el Río Sarapiquí, además, de una variedad de árboles, pájaros, monos, y otros.

Turismo de Aventura

El ICT las define como "... aquellas actividades recreativas que involucran un nivel de habilidades físico-deportiva con riesgo identificados y en contacto directo con la naturaleza, dentro de las cuales se clasifican, entre otras, las siguientes actividades, Canopy tour, sky tralk o sky trek, bungee jumping, balsa en rafting; buceo scuba diving; descenso con cuerdas rapel; escalar; ciclismo de montaña; navegación en kayak de mar o río; cabalgata, caminata de un día.

Turismo Alternativo

El concepto de turismo alternativo se emplea para designar las actividades turísticas que son distintas a las correspondientes al turismo convencional. Se halla constituido por una gama muy variada y alternativa de viajes que tienen la tendencia a tener características diferentes a las del turismo masivo aquí se incluye, por ejemplo, el turismo cultural, aventura, rural y ecológico o ecoturismo.

En general, las personas que practican el turismo alternativo "... desean conocer y tener un contacto más estrecho con los pueblos y sus manifestaciones culturales, experimentar nuevas emociones o realizar alguna actividad fuera de lo común, lejos de la civilización, conocer y disfrutar la práctica de las labores del campo o simplemente aprovechando los beneficios de la naturaleza" (Acerenza, 1995, p.48).

2.2.4 El Turista

Personas que se desplazan para realizar alguna actividad de recreación o conocimiento. Esta persona decide realizar diferentes actividades turísticas en un lugar determinado y disfrutar de ellas, o simplemente disfrutar del lugar que visita.

“Toda persona que viaja por una duración de veinticuatro horas o más, aun país distinto al de su residencia habitual”. (Sociedad de Naciones, Congreso de Expertos en Estadísticas, 1937), Dentro de fuente, (Quesada 2008, P.6).

2.2.5 El Tour

Paquete en el cual se contratan una o varias actividades para realizar en un viaje determinado.

“Excursión, gira o viaje por distracción”, (Diccionario de la lengua española, real academia española, 2001, P.2203).

Estos se realizan con la idea de ir a conocer lugares que el turista visitará por primera vez. Y, que necesariamente requiere un guía para llegar al lugar, o bien llega preguntando la dirección del sitio a donde se dirige, este puede ser un lugar específico, para realizar una o varias actividades.

2.2.6 El Viajero

Existen personas que deciden hacer un viaje por su propia, cuenta sin reservaciones y de este modo solo manteniendo la idea de visitar lugares de su propio interés.

“La OMT entiende por este, a cualquier persona que viaje, independientemente de los motivos y duración que tengan esos desplazamientos. Es decir, dentro de este concepto se incluyen tanto a los turistas como a los excursionistas y otras personas no incluidas en las estadísticas del turismo (inmigrantes, diplomáticos, refugiados, pasajeros en tránsito, entre otros)”, (Quesada 2008, P.8).

Actualmente las personas desean salir de su casa, comunidad, estado, provincia, entre otros, para distraerse y relajarse. Eliminando un tanto las preocupaciones o el llamado stress. Por unos días realizan la dinámica de ir a conocer, o simplemente volver a visitar un lugar que le gusta. El cómo se realiza o se planea ese tiempo fuera de su lugar de residencia no es lo importante, lo importante es que se disfrute y que sea un tiempo de placer, calidad y bienestar.

2.2.7 Perfil Turístico

Las razones que motivan los viajes son muy distintas. Sin embargo, pueden ser ordenadas en grupos o segmentos de mercado, caracterizados por la similitud de los propósitos de quienes viajan. Estas motivaciones configuran el perfil turístico de cada persona. Por esa circunstancia, existen motivaciones genéricas o principales que definen las características de cada segmento (Quesada, 2007, p.109).

El análisis de las características de la demanda cobra especial relevancia si se clasifican los datos por país y/o zona de residencia, pues esta variable afecta de manera importante a otras como la estadia, el gasto, los motivos, las actividades y hasta las zonas visitadas dentro del país.

2.2.8 Potencial Turístico

Esta identificación revela que los atractivos de sitio son predominantes sobre los atractivos de evento, determinándose que la mayor cantidad de atractivos está en las categorías de Patrimonio urbano, arquitectónico y artístico, sitios naturales y etnografía y folclor. (Saavedra, Durandal & Durán, 2004, p.58).

Según la OMT, los recursos turísticos son: Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuentan hacen posible la actividad turística y la satisfacción de las necesidades de la demanda”. Existe otra definición que completa la anterior, la de patrimonio, el cual, también, según la OMT, es “... el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas. (Esparcía, Noguera & Dolores, 2009, p.446).

2.2.9 Modelo desarrollo Turístico

El desarrollo turístico en Costa Rica se seguirá construyendo en torno a los factores y elementos que históricamente, han servido para lograr el posicionamiento y reconocimiento de la “marca turística” La combinación promoviendo la incorporación de la realidad social, ambiental y cultural del país como elementos centrales en el diseño de productos turísticos auténticos que permitan al turista tener una experiencia verdaderamente vivencial durante el tiempo que dura su estadía.

La combinación de atractivos y atractores genera amplios espacios turísticos que facilitan el desarrollo de una amplia serie de productos y actividades turísticas. Esta capacidad de mezcla que ofrece el espacio turístico imprime un alto contenido de variabilidad a la experiencia de viaje

y generan un factor de diferenciación y calidad al destino muy importante para la competitividad. (Plan Nacional de Turismo Sostenible de Costa Rica 2010-2016, ICT, p.11)

2.2.10 Oferta Turística

Es un programa que pretende la categorización y certificación de las empresas turísticas de acuerdo con el grado en que su operación se aproxime a un modelo de sostenibilidad. El CST representa una nueva fuente de competitividad, una forma de diferenciación de la industria turística con certificaciones a nuestros competidores, en la cual se incentiva el desarrollo de un producto turístico, con una connotación de sostenibilidad, abriendo así, nuevas posibilidades para el mercadeo y promoción internacional. (<http://www.visitcostarica.com>, SNP).

El desarrollo turístico sostenible debe verse como la interacción balanceada en el uso apropiado de nuestros recursos naturales y culturales, el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales y el éxito económico de la actividad, que, además, contribuya al desarrollo nacional. Sostenibilidad turística no solo es la respuesta a la demanda, sino una condición indispensable para competir con éxito ahora y en el futuro (Definición de Sostenibilidad Turística, CST, 1997).

La sostenibilidad, como modelo para el desarrollo, plantea la necesidad de satisfacer los requerimientos actuales de la sociedad, sin comprometer el derecho de las futuras generaciones de satisfacer las suyas. Es decir, que el desarrollo del país no puede basarse en una explotación desmedida de los recursos naturales, culturales, sociales. Para cubrir las carencias de la población: alimentación, vivienda, salud, empleo, porque estos recursos son la única plataforma, con la que cuentan las futuras generaciones de este país para poder satisfacer sus propias necesidades.

2.3 Operacionalización de variables o bien categorización de indicadores

2.3.1 Planificación del Turismo

Todo centro turístico debe de organizar las áreas o atractivos que posee para lograr una maximización de los recursos con los que cuentan, brindando el mejor servicio al cliente con la mejor calidad y asegurándose el orden lógico de cada uno de los atractivos.

Tomado del libro: Edgar Alfonso Hernández Díaz Planificación turística, un enfoque metodológico, 1992

“Este nivel de la planificación turística incluye, por lo tanto, la organización de los atractivos, el espacio y la planta turística”, (Hernández, 1992, P.18).

Para una planificación satisfactoria y eficiente se deben de tener claro elementos determinantes en la planificación, como lo son:

Imagen deseada

“El primer elemento presente (aunque no siempre en forma consciente o manifiesta) en todo proceso de planificación económica se denomina “Imagen deseada” o “Imagen Objetivo”. (Hernández, 1992, P.30).

Diagnóstico

“En el caso de la actividad turística, el diagnóstico depende del ámbito, el destino y los tipos de turismo en análisis”, (Hernández, 1992, P.32).

Fijación de Objetivos y Metas

“Tanto el objetivo como la meta muestran los aspectos fundamentales que se pretenden alcanzar mediante el proceso de planificación”, (Hernández, 1992, P.35).

Los objetivos, indican hacia donde se quiere llevar la empresa, estos deben de ser reales y alcanzables; los objetivos son expresados en forma cualitativa. Es una línea por la que debe de caminar la empresa para lograr cumplir una meta.

La Meta es medida de forma cuantitativa, estas se desprenden de los objetivos, además las metas dependen del historial y del centro en estudio. La meta es medible en tiempo, espacio y cantidad.

Determinación de estrategias

“La estrategia es el planteamiento general sobre la forma como se debe conducir un hecho o actividad, a fin de que alcance satisfactoriamente los objetivos que se han fijado”, (Hernández, 1992, P.39).

Determinación de Instrumentos

“Establecidos los objetivos y fijadas las estrategias de desarrollo será responsabilidad de una siguiente etapa, el definir, clasificar, y ordenar los instrumentos específicos de planificación”, (Hernández, 1992, P.44).

Cada uno conforma un conjunto de pasos que ayudan a brindar y asegurar el funcionamiento adecuado de los atractivos, planta y del centro turístico, formando un solo producto.

2.3.2 Propuesta

“Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin” (Diccionario de la Lengua Española, 2001, P.1847).

Descripción integral de un proyecto, política o programa que será sujeto a una evaluación. La valoración de éste será el resultado positivo para la construcción y elaboración de la propuesta, que fue motivo de un diagnóstico por parte de una muestra de la población, mediante encuestas y entrevistas.

2.3.3 Agro ecoturismo

Se origina a raíz de las reflexiones técnicas de búsqueda de opciones para una mayor productividad de las tierras campesinas, que estaban siendo amenazadas por la actividad turística. El agro ecoturismo, que es la forma de ecoturismo en la que no solo importa el espacio rural y la biodiversidad, sino también la acción del hombre, interactuando armoniosamente con la naturaleza como medio de subsistencia.

El agro ecoturismo se convierte en una actividad complementaria de las actividades agrícolas que realiza el campesino, con la ventaja de que éste percibe una retribución por la conservación de su hábitat y, por lo tanto, mejora su calidad de vida. El agro ecoturismo se fundamenta en los servicios turísticos que ofrece al visitante el campesino, sin que éste se desplace, ni cambie su actividad principal ni sus costumbres, ya que éstos son los elementos diferenciadores del producto que ofrece; el campesino ofrece al turista el servicio de hospedaje y alimentación, los productos que cosecha, y otras actividades como cabalgatas, visitas a zoo criaderos, caminatas guiadas a bosques y caminatas a los campos de producción donde, además,

se le muestran al visitante las técnicas agrícolas, invitándosele a participar en algún proceso (Quesada, 2008).

2.3.4 Ecoturismo

“Es un turismo que tiene lugar en ecosistemas, en ambientes naturales, y por otro lado que está orientado a favorecer el conocimiento y aprendizaje de manifestaciones naturales, mediante ciertas interacciones de bajo impacto” (Molina, 1998, P 139,)

El turismo ecológico se puede identificar como aquel que se realiza en zonas rurales o en parajes naturales, que no han sido modificados por el ser humano de una manera brusca, existe busca minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad, además de construir respeto, conciencia ambiental y cultural proporcionando experiencias positivas tanto para los visitantes como para las personas involucradas en todo su desarrollo.

2.3.5 Desarrollo sustentable

“Es una estrategia que se propone, y cuya implementación está siendo insistentemente promovida por organizaciones internacionales y adoptada por algunos gobiernos, pues sus postulados, programas y acciones se recogen en la obra Cuidar la tierra, estrategia para el futuro de la vida” (Molina, 1998, P 157)

El desarrollo sustentable es un desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades.

2.3.6 Centro Turístico

“Un centro turístico es todo conglomerado urbano que cuenta, en su propio territorio o dentro de su influencia, con atractivo turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico. (Cárdenas, 1994, P 26)

Es un lugar el cual se decide visitar por la belleza e importancia que tienen sus atractivos, es un viaje de ida y regreso en el mismo día.

2.3.7 Ecología

“Ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y con su entorno”. (Diccionario de la lengua española, 2001, P.861).

La ecología es la rama de la Biología que estudia las interacciones de los seres vivos con su medio. Incluye factores abióticos, hablando de condiciones ambientales, como son las climatológicas; pero también incluye factores bióticos, o sea condiciones derivadas de las relaciones que se establecen con otros seres vivos.

La ecología puede ser estudiada a varios niveles o escalas, el primero es el organismo, donde sus interacciones como ser vivo son con las condiciones abióticas que lo rodean. La población es la interacción con los seres de su misma especie; la comunidad es la relación de una población dada con las poblaciones de especies que le rodean; el cuarto nivel es el ecosistema, donde se suman todos los flujos de materia y energía que tienen lugar en ella y, por último, se tiene la biosfera que es el conjunto de todos los seres vivos conocidos.

2.3.8 Agencia

“En este grupo incluiremos a las empresas minoristas (emisoras), a las mayoristas y a las receptoras (tour-operadoras), según la clasificación vigente en el país hecha por el ICT” (Quesada, 2010, P.239).

Una agencia de viajes es aquella empresa privada que hace de intermediaria entre sus clientes y determinados proveedores del rubro viajes, tales como aerolíneas, hoteles, cruceros, entre otros, ofreciéndoles a los primeros, mejores condiciones de contratación en los viajes que desean emprender. Es decir, la agencia de viajes le vende a su cliente productos y servicios relacionados con el viaje que realizará a un precio más bajo y en el marco de unas condiciones realmente tentadoras y atractivas respecto a lo que podrían conseguir si se dirigiesen a comprarlo directamente.

2.4 Sarapiquí

2.4.1 Ubicación

Ubicado en la zona norte del país, el Cantón de Sarapiquí es el número 10 de la Provincia de Heredia. Denominación como cantón, el 18 de noviembre de 1970 durante la segunda administración de don José María Figueres Ferré. (Herrera, 2000, p.12).

Figura N°. 1



Fuente: Fotografía tomada de Internet

Las coordenadas geográficas medias del cantón de Sarapiquí están dadas por $10^{\circ} 29'23''$ latitud norte y $83^{\circ}56'15''$ longitud oeste. La anchura máxima es de setenta y tres kilómetros, en dirección noreste a suroeste, desde la unión de los ríos Colorado y San Juan, en la frontera con la República de Nicaragua, hasta unos 4700 metros al oeste del cerro Cacho Negro, en el río Sardinal. (Chinchilla, 1987.245)

2.4.2 Distritos



Fuente: Fotografía tomada de Internet

El cantón de Sarapiquí, localizado en la provincia de Heredia, constituye un 85% del territorio provincial, y tiene una extensión de 2140,54 kilómetros cuadrados, lo cual lo convierte en el cuarto cantón más grande del país. Está compuesto por cinco distritos: Puerto Viejo, La Virgen, Horquetas, Llanuras del Gaspar y Cureña (Jiménez, 2000, p.6). Los dos últimos de muy reciente creación.

Cuadro N° 1. Distritos

1	Puerto Viejo	Ciudad
2	La Virgen	Villa
3	Horquetas (Buenos aires)	Villa
4	Río Frio	Villa
5	Cureña	Villa

Fuente: <http://ungl.or.cr/municipalidades/municipalidad-de-sarapiquí>

La estructura de centros poblados del cantón está centrada en torno a la ciudad de Puerto Viejo de Sarapiquí. Este es el centro más importante del cantón, único que de acuerdo con el Censo del año 2000 tiene el status de ciudad, cuenta con el mejor equipamiento de servicios. Es el nudo más importante en transporte público y tiene la más alta variedad de oferta comercial. Por consiguiente, tiene el mayor porcentaje de población en actividades terciarias.

La trama urbana de Puerto Viejo se caracteriza por una baja densidad de edificación, con inmuebles de una y dos plantas. La morfología urbana es simple, con un núcleo central con unas diez manzanas en torno a un eje estructurador, que comprende desde la Carretera Nacional hasta el muelle sobre el Río Sarapiquí.

El resto del asentamiento está formado por varios núcleos poblados en sus cercanías que constituyen barrios como San Bosco, La Trinidad, La Guaria, y Flaminia, normalmente originados en las áreas residenciales de los asentamientos del IDA. Otros barrios cercanos son alineamientos de vivienda y comercio sobre la carretera hacia Horquetas y La Virgen. Otros centros poblados de importancia son Horquetas, La Victoria, Río Frío, La Virgen. Esta última es un poblado básicamente alineado en la carretera que va de Chilamate hacia Vuelta Cooper y otras

carreteras menores. Cuenta con un equipamiento de servicios importante, que sirven a varios asentamientos cercanos.

2.4.3 Población

Población por Género y Edad

Según datos del INEC, la población del Territorio de Sarapiquí es la siguiente:

Cuadro N°1

Puerto Viejo 41001	Rangos de Edad				Total
	0-12	13-35	36-64	Mas 65	
Hombre	2.984	4.320	2.665	358	10.327
Mujer	2.832	4.420	2.337	268	9.857
Población	5.816	8.740	5.002	626	20.184
La Virgen 41002	Rangos de Edad				Total
	0-12	13-35	36-64	Mas 65	
Hombre	1.376	2.155	1.421	333	5.285
Mujer	1.295	2.280	1.391	270	5.236
Total	2.671	4.435	2.812	603	10.521
Horquetas 41003	Rangos de Edad				Total
	0-12	13-35	36-64	Mas 65	
Hombre	3.116	4.843	3.517	788	12.264
Mujer	2.989	5.066	3.402	610	12.067
Total	6.105	9.909	6.919	1.398	24.331
Llanuras del Gaspar 41004	Rangos de Edad				Total
	0-12	13-35	36-64	Mas 65	
Hombre	151	295	167	33	646
Mujer	167	215	119	13	514
Total	318	510	286	46	1.160
Cureña 41005	Rangos de Edad				Total
	0-12	13-35	36-64	Mas 65	

Hombre	141	216	146	32	535
Mujer	110	191	95	20	416
Total	251	407	241	52	951

Fuente: www.inde.go.cr

Obsérvese que la población está concentrada en dos distritos, Puerto Viejo y Horquetas. La Virgen sigue en tamaño poblacional con menos de la mitad de la población de estos dos distritos, mientras Cureña y Llanuras del Gaspar son áreas muy escasamente pobladas, pues, además de limitaciones de suelos para el desarrollo agrícola, su infraestructura de caminos es muy precaria.

2.4.4 Geología

Aunque su mayor extensión se encuentra en las llanuras del norte de nuestro país, hacia el sur y el oeste, el cantón de Sarapiquí muestra una topografía montañosa, en el pie de montes de los cerros de la Cordillera Volcánica Central y algunas de sus estribaciones. De las partes bajas hasta las partes altas el relieve asciende en grandes terrazas, las cuales son muy fértiles.

El cantón de Sarapiquí está constituido geológicamente por materiales de los períodos Terciario y Cuaternario, las rocas volcánicas del Cuaternario son las que predominan en la región. Del período Terciario se encuentran rocas de origen sedimentario de la época Mioceno, las cuales están agrupadas bajo el nombre de Grupo Aguacate y Formación, Cureña.

El Grupo Aguacate, está compuesto, principalmente, por coladas de andesita y basalto, aglomerados, brechas y tobas que se ubican en pequeños sectores dispersos del cantón. La Formación Cureña está compuesta por basaltos hipersténico, andesitas, augitas y brechas volcánicas, situadas en los cerros Arrepentidos, Sardinal y Astillero, en lomas Sardinal, así como en los cerros ubicados al norte del poblado Pangola.

Entre los materiales del período Cuaternario se hallan rocas de origen volcánico y sedimentario. Las volcánicas, de las épocas Pleistoceno y Holoceno, que a la primera corresponde a Lahares sin diferenciar, los cuales constituyen la mayor superficie del cantón; al norte se encuentran los Lahares más finos.

Las rocas volcánicas de la época Holoceno pertenecen a Edificios Volcánicos recientes y actuales y Piroclastos asociados, los cuales se ubican al suroeste de la región, así como en pequeños sectores al noroeste de la misma. Las rocas sedimentarias, corresponden a pantanos, situados al margen norte del curso inferior del río Chirripó; y a depósitos fluviales y coluviales, localizados en la zona comprendida por los poblados Tigre, Zapote, así como en la confluencia de los ríos Sardinal y San Rafael, y el límite con el cantón Pococí de la provincia de Limón (Atlas Cantonal del 244, 245).

2.4.5 Geomorfología

El cantón de Sarapiquí presenta dos unidades geomórficas, denominadas forma de Sedimentación Aluvial y de Origen Volcánico. La unidad de Sedimentación Aluvial se divide en cinco subunidades, llamadas Llanura Aluvial de San Carlos y el Caribe, Llanuras Bajas Recientes, Pantano Permanente o Temporal, Abanico Aluvial del río Chirripó Sucio, y Abanico Aluvial de los ríos Cuarto y Sarapiquí.

La subunidad Llanura Aluvial de San Carlos y el Caribe se localiza en el área que drena el río Sarapiquí, desde el poblado El Bosque hasta su unión con el río San Juan, lo mismo que en las márgenes de los ríos Marías, Sardinal, Caño Negro y en el curso inferior de los caños Copalchi y Tamborcito, en las riberas del río Sucio, aguas abajo desde el sitio denominado Playones, así como en los poblados Pangola, Golfito y sector oeste; también en el sector aledaño al lago

Astillero y la zona que está entre el poblado Tigra y el sector donde se unen los ríos Colorado y San Juan.

Es profunda y de laderas verticales, la superficie de los abanicos presenta muchas vías de drenaje superficial de pocos metros de corte, los espacios interfluviales son angostos, no mayores de 200 metros, la llanura y los abanicos se confunden imperceptiblemente; los cauces principales que cortan la subunidad tienen un valle ancho con orillas casi siempre de uno a dos metros sobre el nivel del río su patrón es meándrico.

Su origen se debe al aporte que en épocas pasadas hacían los ríos que llegan a la zona; el relleno en su inicio, es posible se efectuara dentro de la fosa de Managua, que estaba ocupada por el océano, y con el transcurso del tiempo esta fue totalmente rellena en el sector correspondiente al territorio costarricense, es factible que restos de vieja topografía volcánica, a un nivel muy inferior al actual de la llanura, haya dado origen a una ligera ondulación en su superficie.

La subunidad Llanuras Bajas Recientes se ubica en el sector donde drena el caño Cureñita, y el curso superior de los caños Copalchí y Cureña, así como al sur del poblado Pangola, la cual presenta un relieve plano, con menor grado de disección que las Llanuras Altas Viejas en proceso de erosión; la profundidad de los valles es menor, no pasando de los 10 metros en la gran mayoría.

La subunidad Pantano Permanente o Temporal, se encuentra al noreste del cantón también al este del poblado Golfito y del cerro Sardinal, así como en Vuelta La Escuadra; esta subunidad constituye zonas de terreno plano; suelen tener un microrelieve de pequeñas ondulaciones; se compone de un relleno de fragmentos líticos muy finos, con dominancia de arcilla y limo y pequeños lentes arenosos, su origen se debe a rellenos por aportes fluviales.

La subunidad Abanico Aluvial del río Chirripó Sucio, se ubica al sureste del cantón, forma parte de la llanura de San Carlos; su pendiente desde el vértice hasta el final es de 1 a 20, tiene una superficie plana, excepto donde es cortada por los ríos, aquí las laderas son casi verticales, los espacios interfluviales son amplios, más de 200 metros, el tipo de roca es producto de lahares y corrientes de lodo, aunque pueden observarse bloques de lava andesítica dentro de una matriz arcillosa.

Su origen se debe, principalmente, a la depositación de materiales de los ríos Puerto Viejo, Sucio y Chirripó. La subunidad Abanico Aluvial de los ríos Cuarto y Sarapiquí, se localiza entre el poblado Bosque hasta Bajo Chilamate. La Unidad de Origen Volcánico, se divide en dos subunidades, denominadas volcán Barva, y Cerros y Colinas del Vulcanismo de Intragraben.

La Subunidad volcán Barva, se encuentra en la zona comprendida por el sector al oeste de Villa Horquetas, de poblados San Ramón, Chilamate y el límite sur del cantón, la cual corresponde al macizo del volcán Barva, que presenta laderas con pendientes muy variadas; la subunidad está compuesta por lavas viejas con tendencia a ser basálticas y las más recientes se presentan más andesíticas.

Así mismo, hay todo tipo de rocas volcánicas como lavas, aglomerados y piroclastos, su origen se debe, en su mayoría, a la actividad volcánica, el cerro Cacho Negro es una manifestación de esta actividad la subunidad Cerros y Colinas del Vulcanismo de Intragraben, se sitúa en los cerros Sardinal, Los Arrepentidos, Mollejón y Chaparrón (Atlas Cantonal del 244, 245).

2.4.6 Clima y Altitudes

Sarapiquí se encuentra en la zona ecuatorial; por lo tanto, tiene un clima tropical, con época seca y lluviosa. Esta abarca de mayo a enero (transición) y el periodo seco de enero–febrero a abril, con algunas precipitaciones esporádicas ocasionadas por los frentes fríos del norte. Hacia la zona montañosa, con altitudes que promedian y superan los 187 msnm, el clima tiende a ser templado, generalmente acompañado de una agradable brisa orográfica que le mantiene fresco.

En las áreas medias, cerca de los 68 msnm, la temperatura aumenta, y continúa haciéndolo hacia las partes más bajas, las Llanuras del Atlántico, con una altitud de aproximadamente 37 msnm. (Cámara de Turismo Sarapiquí, 2004, SNP) En promedio, la temperatura es de 26 a 28 °C, la humedad relativa de 80-90% y la radiación solar de 3 a 5 horas diarias, todo un paraje caliente y húmedo que puede ser recorrido a través de una enorme red de senderos naturales dentro de sus innumerables zonas protegidas, sus bosques primarios, sus pantanos, los cuales son de gran importancia para la conservación de la flora y la fauna. (Cámara de Turismo Sarapiquí, 2004, SNP)

Las elevaciones, en metros sobre el nivel medio del mar, del centro urbano de los distritos del cantón son las siguientes: Ciudad Puerto Viejo 37, Villa La Virgen 187 y Villa Horquetas 68.

2.4.7 Hidrografía

El sistema fluvial del cantón de Sarapiquí corresponde a la subvertiente Norte de la vertiente del Caribe, el cual pertenece a las cuencas de los ríos Sarapiquí, Chirripó y Cureña. La primera es drenada por el río Sarapiquí al que se le unen los ríos Pozo Azul,

San Ramón, Tirimbina, Bijagual, Peje y su afluente Mojón, lo mismo que los ríos Volcán, Puerto Viejo, este último nace de la unión de los ríos Molejón y Sardinal, y recibe a los ríos Guácimo, Sardinal y San Rafael, así como el río Sucio al que se le unen los ríos San José y General; al igual que el río Toro y su tributario Cuarto, también se localiza en la zona el río María. Estos cursos de agua, excepto los ríos Sarapiquí, Sardinal, Patria, General, Toro y Cuarto nacen en el cantón, en la ladera de la Cordillera Volcánica Central, los cuales presentan un rumbo de sur a norte y de suroeste a noreste, hasta desembocar al río San Juan. Los ríos Volcán, General y San Juan son límites, los dos primeros con el distrito de Vara Blanca del cantón Heredia y el otro con la República Nicaragua. Se sitúan en el área las lagunas Caño Negro, Astillero y Estero Grande (Ministerio de Descentralización y Desarrollo Local).

La cuenca del río Chirripó es drenada por el río del mismo nombre, que se origina en el cantón, en la confluencia de los ríos General y Sucio, presenta un rumbo de sur a norte hasta unirse en el río Colorado; así mismo, es límite con el cantón Pococí de la provincia Limón. Se encuentra en la zona la laguna Garza.

La cuenca del río Cureña es irrigada por el río de igual nombre, y los caños Cureñita, Tamborcito Copalchi; los cuales nacen en la región, presentan un rumbo de suroeste a noreste, hasta confluir en el río San Juan; este último es límite con la República de Nicaragua. Se localizan en Sarapiquí las lagunas Copalchi, Tambor, Maquenque, Remolino Grande y Las Gemelas. (Ministerio de descentralización y desarrollo Local) (Atlas Cantonal del 246).

2.4.8 Biogeografía

La biogeografía es un área de las ciencias geográficas y de la biología que se ocupa del estudio del hábitat, taxonomía, características, comportamiento y de la distribución geográfica de

animales y plantas. (Diccionario de la Real Academia Española, Curso de Historia Natural de CR 2005). El cantón de Sarapiquí posee una gran riqueza natural, en flora y fauna a causa del río Sarapiquí, la Reserva Biológica la Selva, Braulio Carrillo, Parque Nacional Tortuguero y los factores del clima. Los bosques más altos densos y de mayor riqueza en especies se encuentran en las áreas más bajas, mientras que en las más altas y quebradas, los árboles son más bajos y deformes y el número total de especies tiende a ser menor. Una gran parte de la región está cubierta por bosques, en el que se estima existen unas 6 000 especies de plantas que representan la mitad del total de especies de todo el país (Onca Natural, 2006).

En la flora son muy abundante las heliconias, las bromelias, las sombrillas de pobre inconfundibles por el tamaño de sus hojas; entre los árboles están los de Guarumo, el Chilamate, Manú, Caoba, Roble, Caobilla y Gavilán son abundantes, la fauna, su rica avifauna se ve representada alrededor de 515 especies entre aves residentes y aves migratorias. Se observan el rey de los Zopilotes, el pájaro Sombrilla, el Jilguero, Garza Tigre en las orillas del río.

Entre las especies de mamíferos se encuentran a los monos Carablanca, Colorado y Aullador, la Danta, el Puma, el Jaguar, el Zaíno, el Oso Colmenero, la Martilla, el Cabro de Monte, la Guatusa y el Coyote. También, es refugio de especies en vías de extinción como el Pavón y el Tepezcuinte. Las ranas, reptiles, y los sapos son abundantes, los caimanes, en su gran mayoría en el río Sarapiquí cerca de la frontera con Nicaragua.

La vegetación predominante en la zona está compuesta por pastos, bosques, reforestaciones, charrales, tacotales, cultivos anuales y perennes, entre los que destacan el banano, el café, especies frutales y, más recientemente, la piña. Existen innumerables variedades de aves, reptiles, mamíferos e insectos. (Cámara de Turismo Sarapiquí, 2018 SNP).

2.4.9 Oferta Turística de Sarapiquí.

Sarapiquí es un cantón con lugares llenos de alternativas para disfrutar de cada momento, ya sea con amigos, familiares o si solo se desea ser un aventurero. (Cámara de Turismo Sarapiquí, 2018 SNP).

Sarapiquí es más que un río uno de los ríos más limpios de Costa Rica y zona biológicamente muy rica y diversa. Sarapiquí se ubica estratégicamente cerca de muchos atractivos y de camino a la zona del caribe de Costa Rica como Tortuguero y Puerto Viejo. Está a tan solo 60 minutos del Volcán Arenal, 90 minutos de San José La Capital de Costa Rica, lo que hace que la zona sea ideal para hospedarse en el área y explorar los alrededores.

2.4.9.1 Jardines de la Catarata, S.A

Lo que busca Waterfall Gardens es brindar un servicio de lujo dirigido a un mercado extranjero, este servicio se enfoca en crear una atmósfera de relajación e importancia para cada uno de los clientes, lo anterior con la firme idea de lograr una experiencia única que ofrece el bosque lluvioso, la flora y fauna típica de Costa Rica ya que los animales que son aceptados en el refugio son de la región. Toda construcción de sendero ha de ser construidos de manera que se afecte en lo mínimo el ecosistema.

“El área de bosque está protegida bajo el estatus de refugio privado de vida silvestre y estamos en proceso de reforestación de los potreros desocupados”. Según se indica en la página: [www. waterfallgardens.com](http://www.waterfallgardens.com)

El parque cuenta con diferentes senderos con rótulos que ubican y guían al visitante tanto nacional como extranjero, aportando como un valor agregado, guías con conocimiento destacado en el área para evacuar posibles dudas y brindar apoyo a los visitantes. Dentro de las atracciones

con que cuenta el parque se encuentran cinco cataratas, mariposario con su laboratorio, exhibiciones de insectos y plantas, serpentario, ranario, aviario, jardín de colibríes, felinos, monos, exhibición de orquídeas y una pincelada de la cultura típica costarricense a través de una casa típica.

El parque natural La paz Waterfall Gardens fue el único parque privado que fue nominado por los lectores de la Nación (el periódico más importante de Costa Rica) para estar entre “Las Siete Maravillas Naturales de Costa Rica”. El Parque también ha sido presentado en el Discovery Channel, Animal Planet y en más de veinte programas internacionales de viajes y naturaleza.

“También somos un miembro activo la Red Costarricense de Reservas Privadas, el programa de Bandera Azul y el programa de pago de servicios ambientales”. Según se indica en la página:

www.waterfallgardens.com

2.4.9.2 Coopesarapiquí

Como muchas otras cooperativas esta nace con la finalidad de ayudar y buscar un mejoramiento económico y social para los cafetaleros de la zona.

“Coopesarapiquí R.L. nació por una necesidad y en el año 1969, un grupo de cuarenta agricultores dedicados al cultivo del café, decidieron formar una cooperativa buscando una solución a través del sistema cooperativo”. Según se indica en la página: www.coopesarapiqui.com.

Esta cooperativa impulsa actividades que tiendan a satisfacer las necesidades de sus asociados con proyectos de reconversión y otros de bien social. Coopesarapiquí tiene actividades relacionadas con la cosecha, industrialización y comercialización del café. Además, la cooperativa se desarrolla a través de la mejora continua de la eficacia del sistema de calidad y

ambiente. Se esfuerza a prevenir la contaminación a través de la implementación de tecnologías más limpias que permitan obtener un producto de calidad que satisfaga las necesidades de los asociados y sobretodo de los clientes, quienes conforman el motor de nuestra empresa.

La Visión

“Empresa líder en la Región en la actividad cafetalera y consolidada en sus actividades comerciales, que contribuye a mejorar el nivel de vida de sus asociados y al desarrollo socioeconómico de la comunidad”

La Misión

“Empresa que promueve la actividad cafetalera, beneficia y comercializa la producción y brinda servicios de apoyo a sus asociados y a la comunidad.”

2.4.9.3 Mi Cafecito

El Café ha sido producido por pequeños caficultores desde los 80 hasta los 1300 metros sobre el nivel del mar, localizándose en los pisos latitudinales premontano y montano bajo.

“nuestro café se vende bajo la marca Mi Cafecito. Este proyecto nació durante la recolección de la cosecha de los años 2000-2001 y lo que pretendía en ese entonces era rescatar una costumbre propia de nuestros abuelos de consumir su propio café” www.coopesarapiqui.com.

Mi Cafecito no solo pretende rescatar una costumbre, de muchos años atrás, de tomar un café 100% de calidad, bajo en acidez y no es dañino para la salud.

“Para nuestros productores se utiliza el sistema trueque por una cajuela de café entregada se le da al productor un kilo de café tostado molido y empacado. Por la compra de un kilo de café, usted colabora con \$0.50 para que los hijos de los asociados puedan estudiar”. www.coopesarapiqui.com.

Es una empresa comprometida con la idea de ayudar, y además persigue el propósito de buscar la excelencia, se preocupan y mantienen el orgullo de pertenecer al único grupo cooperativo de café reconocido con la Certificación de Comercio Justo en Costa Rica. Manteniendo la certificación del café con FLO-CERT.

2.4.9.4 Hacienda Pozo Azul

Hacienda Pozo Azul, una gran finca localizada en La Virgen de Sarapiquí, se ha convertido en un punto de concentración para turistas nacionales e internacionales, para pasar el día o para aprovechar la opción de quedarse a dormir en un rústico lodge, acondicionado para recibir aventureros.

Hay para todos, porque los que quieren algo reposado pueden aprovechar y visitar la lechería modelo, hacer caminatas e ir al mariposario en el que también hay diferentes tipos de ranas o bien, sentarse en el restaurante, desde el que se aprecia, en todo su esplendor, el río Sarapiquí.

Los que procuran subir el nivel de adrenalina pueden hacer rafting desde nivel II hasta IV (casi para expertos), bajar una gran pared sujetados por una cuerda (rappel), viajar por un cable entre copas de los árboles (canopy), recorrer los mejores lugares de la hacienda a caballo o hacer mountain bike, este incluso en un tour nocturno por un sendero de unos 16 kilómetros que termina en el lodge, ubicado a la entrada del parque Braulio Carrillo.

Para las personas que el rafting no es de su completo agrado por su nivel de adrenalina. Hacienda Pozo Azul tienen un safari por el río, que también es en el Sarapiquí uno de los ríos con mayor belleza escénica en todo Costa Rica y en el que el turista puede desde solo disfrutar el paisaje sobre balsas inflables, hasta flotar sobre los chalecos en las pozas y nadar.

Esta empresa ofrece diferentes combos de tal manera que si a usted le llama poderosamente la aventura aquí podrá combinar diferentes actividades para realizar en una misma visita.

2.4.9.5 Cinco Ceiba

Este Santuario se encuentra en una selva privada costarricense de 4,25 millas cuadradas, sin embargo, le ofrece la comodidad y la conveniencia de las instalaciones modernas. Comprende un restaurante, una sala de estar, una plataforma de spa / yoga con vistas al Río, alojamiento y aventuras en el día en el sitio. Cada uno de estos elementos está integrado armoniosamente en la Selva Tropical y está diseñado para reforzar su conexión con la naturaleza. No hay acondicionadores de aire aquí, pero Rainforest regula la temperatura de forma natural; la ventilación filtrada en su alojamiento le permite respirar aire limpio y natural.

Aproveche el entorno tranquilo para la reflexión y el rejuvenecimiento; explore pueblos cercanos, o participe en uno de los muchos tours y excursiones de aventura en los alrededores. Cinco Ceibas, le ofrece caminatas guiadas por la naturaleza, kayak en el río, cabalgatas, observación de aves y clases diarias de yoga.

2.4.9.6 Río Sarapiquí

El río Sarapiquí, nace al norte de la Cordillera Central, tiene una longitud aproximada de 85 km.; y en un descenso vertiginoso hasta La Bruja, en donde recoge las aguas de varios afluentes como el Sucio y el Cuarto de Toro. En realidad, la naciente del Sarapiquí está en el viejo cráter del volcán Poás, convertido en una laguna de aguas frías y cristalinas. O sea, que este río es el desagadero de dicho depósito.

Sin lugar a duda es el Sarapiquí un río de singular belleza; sus aguas turbulentas en un comienzo le dan gran aporte a toda la región, en cuanto a la navegación en los rápidos se refiere.

Además, puede realizarse la pesca de guapote, entre otros. Desemboca en el río San Juan, lo cual da la posibilidad de navegar hacia lugares como Delta, Barra del Colorado y Tortuguero, presenta escenarios de exuberante belleza **El proyecto de ley n° 14 498**, declara la cuenca del río Sarapiquí como monumento histórico natural.

2.4.9.7 Parque Nacional Braulio Carrillo

Este es uno de los Parques Nacionales más grandes de Costa Rica. Incluye Bosque Nuboso y Bosque lluvioso con una gran biodiversidad. Se ubica al noreste del Valle Central, sobre la Cordillera Volcánica Central, entre los macizos de los volcanes Poás e Irazú.

El parque contiene varios volcanes apagados, el Cacho Negro, muy visible por su forma cónica y el Barva con varios cráteres, la laguna de Barva, circular, de unos 70 metros de diámetro y de aguas claras y la laguna Danta, de unos 500 metros de diámetro.

Los cerros Las Tres Marías, observados claramente desde San José, son los restos de una estructura caldérica que allí existió. El sector Quebrada González está localizado a 500 metros sobre el nivel del mar, cuenta con tres senderos: Las Palmas, El Ceibo y Botarrama, los cuales son de corta distancia (entre 1 000 y 3 000 metros de longitud), miradores y rotulación interpretativa. Dentro de su potencial hidrológico, sobresale el río Sucio, cuyas aguas arrastran minerales de origen volcánico, originando su característico color café.

Incluye los volcanes Barba y Cacho Negro, extendiéndose desde el Alto de la Palma (Moravia) hasta la Estación Biológica la Selva (Sarapiquí). Fue creado mediante la Ley número. 8357-A, del 5 de abril de 1978. Su extensión es de 45 899,2 hectáreas.

Este parque está dedicado al Benemérito de la Patria, Lic. Braulio Carrillo, tercer Jefe de Estado de Costa Rica, quien localizó esfuerzos para abrir un camino que comunicara el Valle Central con Matina, en la costa Atlántica.

En las empinadas montañas boscosas, habitan 6 000 especies de plantas (la mitad de las especies de plantas que hay en Costa Rica), de las cuales, al menos, 50 son endémicas. Además, pueden encontrarse alrededor de 515 especies de aves (75% del total del país y 28 son endémicas), millares de insectos y decenas de reptiles y anfibios.

Entre los mamíferos están presentes los felinos mayores, como el jaguar y el puma, la danta, el oso hormiguero, 3 especies de monos (el 50% de las especies primates del país) y una amplia variedad de murciélagos.

2.4.9.8 Reserva Biológica La Tirimbina

El centro del bosque lluvioso de Tirimbina Rainforest se dedica a la educación de campo-basada en la historia natural de los adultos y los niños, centrada en intercambio global de sistemas y especies individuales del mundo natural. Por esta razón, se comparte la reserva de Tirimbina como lugar para la iluminación de algunos de los misterios del bosque lluvioso y para experimentar la respuesta natural de seres humanos a la belleza natural salvaje, ubicada en La Virgen Sarapiquí.

Tour de Ranas Tirimbina

La actividad consiste en visitar los diferentes hábitats preferidos de este grupo de anfibios por medio de una caminata en los alrededores del bosque de Tirimbina por medio de un guía capacitado. De esta forma, los visitantes podrán aprender sobre la historia natural de las diferentes especies encontradas y sus interacciones con el medio ambiente, ubicado en La Virgen de Sarapiquí.

Caminatas Tirimbina

Esta actividad el visitante tendrá la oportunidad de caminar por los senderos de la Reserva (9 km en total), visitar los puentes colgantes y observar el bosque lluvioso a su propio paso. Caminatas guiadas de Historia Natural y Nocturnas.

Programa de Murciélagos

La actividad consiste en una presentación multimedia, de aproximadamente 30 minutos, sobre la historia natural de los murciélagos: clasificación, diversidad, adaptaciones, reproducción, amenazas y demás. Finalizada la presentación, un guía capacitado se encargará de proveer a los visitantes la posibilidad de observar de cerca algunos de murciélagos atrapados durante esa noche en proyectos de investigación.

Tour de Chocolate

Esta actividad, con una duración de 2 horas y 30 minutos, le permitirá descubrir los secretos y maravillas de uno de los alimentos favoritos de la humanidad, el chocolate. El Tour será dirigido por un guía capacitado por medio del puente colgante y un sector del bosque de Tirimbina, hacia una pequeña área cultivada de cacao. Durante la caminata, se expone sobre la historia natural y cultural del árbol de Cacao. Una vez en el área de cultivo, se demostrará el proceso artesanal mediante el cual se transforma el fruto de cacao en chocolate (Recolecta, Fermentación, Secado, otros), además de exponer parte de la historia pre y poscolonial de este. Allí será posible degustar diferentes tipos de chocolates, que se preparan artesanalmente en el sitio.

2.4.9.10 Reserva Ecológica Bijagual de Sarapiquí

Fue establecida en marzo del 2001 y es manejada por una organización costarricense y estadounidense sin fines de lucro, enfocando sus esfuerzos en conservación e investigación. El énfasis del programa de educación ambiental se concentra en el entrenamiento de residentes, estudiantes de escuelas y colegios de la región y estudiantes universitarios. Incentivar la investigación en la reserva por estudiantes e investigadores nacionales y latinos es un objetivo primordial de Review of Economic and Business Studies (REBS).

REBS se localiza en la región baja del noreste de Costa Rica en el cantón de Sarapiquí. La reserva cuenta con un total de 290,5 hectáreas, de las cuales 210 hectáreas son bosque manejado o poco intervenido. El área restante de 80,5 hectáreas representa bosque secundario y potreros abandonados. De los pastos abandonados, 50 hectáreas son bajo regeneración natural y 28 hectáreas han sido reforestadas con especies nativas.

2.4.9.11 Museo de Culturas Indígenas Dra. María Eugenia Bozzoli. Centro Neotrópico Sarapiquí.

El concepto y desarrollo de este lugar fue idea de la fundación belga Landscape Foundation Belgium, una organización sin fines de lucro. En medio de una selva tropical y en plena armonía con ella, este sitio brinda un viaje a un pasado que aquí se vive en presente. Ubicado en el Centro Neotrópico Sarapiquí, La Virgen de Sarapiquí, 2 km NE del Parque, Heredia.

2.4.9.12 Carretera Poás, Vara Blanca, Cinchona, Cariblanco, San Miguel

Ruta que permite acceder a Sarapiquí, presentando escenarios de gran belleza como la Catarata de la Paz, la cual está a la orilla de la carretera; así mismo, puede contemplarse sembradíos, potreros, vegetación.

2.5 Conceptos relacionados con la Publicidad

2.5.1. Publicidad

Es una herramienta importante dentro del mercadeo, en ocasiones se le responsabiliza por las ventas, sin embargo, no es la única función que desempeña. "...es la comunicación no personal estructurada y compuesta de información, por lo general, pagada y de naturaleza persuasiva, sobre productos, bienes o servicios, por patrocinadores identificados a través de varios medios" (Arens, Weigold y Arens, 2008:4).

Los consumidores de forma constante y en cualquier lugar donde se encuentren, reciben mensajes publicitarios de forma diaria ya sea a través de medios de comunicación masivos, dispositivos móviles, u otros. La competencia en el mundo de la publicidad no sólo gira en torno al medio de comunicación idóneo a seleccionar para llevar el mensaje, sino también a nivel creativo y novedoso para llamar la atención de los futuros clientes.

2.5.2. Agencia de publicidad

Son los especialistas en el tema de la comunicación, estos desempeñan un papel importante dado que apoyan y guían al anunciante "una organización comercial independiente, compuesta por personas creativas y de negocios, que desarrollan, preparan y colocan publicidad en los medios, para vendedores que buscan encontrar consumidores para sus bienes y servicios" (Thomas, Verril, novena edición, 1988: 100).

Además de crear propuestas creativas, las agencias también se encargan de manejar idóneamente el presupuesto publicitario del anunciante.

Las agencias son los asesores especialistas en comunicación, responsables de guiar a las empresas anunciantes, en el desarrollo de iniciativas para dar conocer los productos y servicios que estas ofrecen.

2.5.3. Campaña publicitaria

Las campañas son acciones estratégicas y planificadas que usa la publicidad para dar a conocer un mensaje. La publicidad rara vez consiste en un solo anuncio aislado. Por lo general se crean series de anuncios relacionados que existirán por un largo período de tiempo. En ellos se elabora cierto número de puntos en torno de uno solo llamado principal y el conjunto de los mismos se denomina una campaña (Thomas, Verril, novena edición: 1988: 559).

Las campañas comerciales según el mensaje y el objetivo buscan una reacción en el público meta, ya sea un llamado a la acción, como, por ejemplo, los mensajes de ofertas.

También existen campañas con publicidad que relacionan directamente al producto con el consumidor. La implementación de la campaña depende de lo que se desea alcanzar y lo que se quiere comunicar.

2.5.4. Publicidad en televisión

La publicidad en televisión es uno de los medios más utilizados por su alto nivel de influencia y credibilidad, combina audio y video que facilita la comunicación de un mensaje de forma más atractiva para el público meta.

La televisión se usa en la publicidad porque funciona como una película: cuenta historias, compromete las emociones, crea fantasías y tiene un impacto visual muy grande. Puesto que es

un medio de acción, también es buena para demostrar cómo funcionan las cosas; da vida a las imágenes de marca y les transfiere personalidad. (Wells, Moriarty, Burnett, 2007:11).

La publicidad en televisión es segmentada por canal e inclusive por zona geográfica según los objetivos de campaña y el público meta.

Uno de los inconvenientes de este tipo de publicidad es el costo, el cual es elevado, por motivos de producción y pauta.

2.5.5. Publicidad en prensa

La publicidad en prensa es método más antiguo de comunicación de las masas y uno de los más importantes disfruta de un alto nivel de credibilidad por la historia que le antecede.

Publicidad en prensa, son mensajes pagados por un auspiciador y que tienen fines de persuasión e inducción a comportamientos de compra. Se llama publicidad en prensa a las campañas promocionales que utilizan medios escritos como periódicos, revistas o internet (Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad_en_prensa).

Este medio invita o induce a la compra, puede combinar estrategias de cupones de descuento, el mensaje es 100% visual por lo que la creatividad en diseño no tiene límite.

El medio permite segmentar por regiones, promocionar o colocar insertos por regiones, convirtiéndolo en un medio versátil.

2.5.6 Instituciones Públicas del cantón de Sarapiquí

Cuadro N°2. Instituciones Públicas

AGRIGASA	Asociación de Agricultores y Ganaderos de Sarapiquí
APROPISA	Asociación de Productores de Pimienta de Sarapiquí
ASADAS	Asociación Administradora de los Sistemas de Acueductos y Alcantarillados Comunal
AYA	Instituto Nacional de Acueductos y Alcantarillados
CAC	Centro Agrícola Cantonal
CACPROSA	Centro Agrícola Cantonal para El Progreso de Sarapiquí
CATUSA	Cámara de Turismo de Sarapiquí
CCCI	Consejos Cantonales de Coordinación Interinstitucional
CCSS	Caja Costarricense de Seguro Social
CENADA	Centro de Abastecimiento y Distribución de Alimentos
CEPROMA	Centros de Negocios para el Procesamiento y Mercadeo Agropecuario
CNE	Comisión Nacional de Emergencia
CNP	Consejo Nacional de la Producción
CORBANA	Corporación Bananera Nacional
CORFOGA	Corporación de Fomento Ganadero
CANAPEP	Cámara Nacional de Productores de Piña
DEMASA	Derivados de Maíz Alimenticios, S.A.
DINADECO	Dirección Nacional Para el Desarrollo Comunal
DRT	Desarrollo Rural Territorial
FAO	Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
ICE	Instituto Costarricense Electricidad
INA	Instituto Nacional de Aprendizaje
INDACO	Compañía Procesadora de Alimentos de Horquetas
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
IMAS	Instituto Mixto de Ayuda Social
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
MEIC	Ministerio de Economía, Industria y Comercio
MIDEPLAN	Ministerio de Planificación y Política Económica
MINAET	Ministerio del Ambiente, Energía y Telecomunicaciones
MINSALUD	Ministerio de Salud Pública
MOPT	Ministerio de Obras Públicas y Transporte
OET	Organización de Estudios Tropicales
PIMA	Programa Integral de Mercado Agropecuario
PITTA	Programa de Investigación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria

PROCOMER	Promotora de Comercio Exterior
PROLECHE	Programa de Investigación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria
SENASA	Servicio Nacional de Salud Animal
UCR	Universidad de Costa Rica
UNA	Universidad Nacional
UNED	Universidad Estatal a Distancia

Fuente: Realización Propia

Capítulo III

Procedimiento metodológico

3.1. Tipo de enfoque de la investigación y el paradigma

3.1.1 Ubicación Paradigmática

La presente investigación se ubica en un paradigma positivista, considerando que se basa en estudiar los recursos, factores, condiciones naturales del cantón donde se presentará la propuesta para crear un centro de información turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí, con el fin de promover el cantón como un destino turístico y también como un medio de subsistencia y desarrollo, además, de protección del medio ambiente propio y circundante. Fomentando los atractivos con los que cuenta Sarapiquí y realizando una divulgación de los mismos.

En este paradigma se involucra la recolección de datos, utilizando técnicas que pretendan medir como son: la evaluación de experiencias personales e historias de vida. Se busca comprender el fenómeno en su ambiente natural, se basa en compartir con las personas, en observar las conductas, sus modos de vida y por supuesto medir sus variables, mediante la relación causa-efecto. Se utiliza en la descripción de los fenómenos, se usa la observación, y no existe manipulación de variables, éstas se observan y se describen tal y como se presentan en su ambiente natural.

3.1.2 El Enfoque

Los enfoques pueden ser: cuantitativos, cualitativos o mixtos.

Según, Pazos Jiménez Ethel y Gutiérrez M Federico, en su libro de Manual para el curso de métodos de investigación, 2011.

El enfoque Cuantitativo

“Se halla relacionada con los experimentos, las encuestas de preguntas cerradas, la recolección de datos y la medición estandarizada.” (Pazos -Gutiérrez 2011, P.31).

En esta investigación no se presentará en enfoque cualitativo, debido a que las preguntas de la encuesta que se realizarán no serán preguntas cerradas, no se realizará ningún tipo de experimento, además que esta investigación, aun no presenta una hipótesis, por desarrollar.

Para llegar a desarrollar un enfoque cualitativo la investigación debe desarrollar una hipótesis, una encuesta con preguntas cerradas, solo las opciones que se establezcan sin la posibilidad de ampliar el argumento de cada uno de los encuestados sobre su respuesta. El cual no viene hacer un enfoque que aporte gran información para la investigación que requiere realizar sobre la creación de un centro de información turística enfocado en promover el cantón de Sarapiquí, y la evaluación de algunos de sus visitantes a esta propuesta.

El enfoque cualitativo

“Ha sido muy utilizado en investigaciones relacionadas con las disciplinas sociales, pues se halla impregnado del matiz de subjetividad de los participantes considerado que los datos estarán influenciados por su experiencia y prioridades”. (Pazos –Gutiérrez, 2011, P.31)

Un estudio cuantitativo regularmente elige una idea o propuesta, que transforma en una o varias preguntas de investigación relevantes, miden las variables en un determinado contexto, analiza las mediciones obtenidas y establece una serie de conclusiones. La investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos.

Es una investigación que se basará en el Enfoque Cualitativo, emitiendo una opinión, juicio, percepción y sentimientos adquiridos por medio de la observación de cada uno de los turistas que

visitan Sarapiquí, respecto a la propuesta de la creación de un centro de información turística, enfocado en promover el cantón de Sarapiquí y sus principales atractivos; lo anterior con la idea de poder realizar un análisis.

Se realizará una recolección de datos por medio de la evaluación de experiencias personales. Después que el turista realice su tour, se le proporcionará un cuestionario en el cual puede brindar su opinión sobre los lugares visitados, y el tour que realizó. Además, podrán brindar la opinión propia sobre lo que más le gusto del cantón de Sarapiquí y porque razones lo volverían a visitar.

3.2. Tipo de Investigación

3.2.1 Descriptivo

“Este corresponde cuando la literatura revisada muestra que hay algunas evidencias empíricas, es decir, son producto de las experiencias” (Pazos -Gutiérrez, 2011, P.36).

La Municipalidad de Sarapiquí y la Cámara de Turismo de Sarapiquí, nos brindaron información basado en lo que ellos han podido vivir o experimentar en el cantón. Además de las experiencias y conocimientos adquiridos por algunos de los empresarios y trabajadores del cantón.

3.2.2 Transversal

Esta investigación está basada, en la Transversal debido a que la misma se realiza en un solo periodo, tal y como lo indica “Se recogen datos en un momento único para ver la interrelación de los elementos” (Pazos -Gutiérrez, 2011, P.39)

Este estudio se llevará a cabo en un periodo determinado, el cual será en diciembre 2018. Tomando en cuenta las experiencias, percepciones y actitudes de las personas que visiten algunos atractivos del cantón de Sarapiquí.

3.2.3 Investigación exploratoria

Se entiende como el estudio que "...tiene por objetivo esencial familiarizarnos con un tópico desconocido o poco estudiado o novedoso" (Hernández et ál., 2006, p.116) Los estudios exploratorios sirven para aumentar el grado de familiaridad con los fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de realizar una investigación más completa sobre un contexto de la vida real, investigar problemas del comportamiento.

Esta investigación es exploratoria porque pretende realizar un estudio de la creación de un centro de información turística enfocada en promover el cantón de Sarapiquí como destino turístico, además del perfil de turista al que estaría dirigido.

Sujetos y fuentes de Investigación

3.3.1 Sujetos

La propuesta está enfocada promover los principales atractivos con los que cuenta el cantón de Sarapiquí, como una manera implementar una mayor visitación de atractivos, de este modo hacer crecer la demanda turística de la zona de Sarapiquí. Además, de dirigir la propuesta a entidades del cantón que se encargan de hacer promover el proyecto, comprar y aceptar la idea del centro de información para la comercialización de los principales atractivos turísticos.

En esta investigación se encuestará aproximadamente a 150 personas, las cuales son los mismos turistas que visitan el cantón de Sarapiquí y sus principales centros turísticos tales como: Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina,

Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas. La idea principal sería ejecutarles un cuestionario después de haber realizado la visita y el tour que ofrecen los diferentes centros turísticos. Se le proporciona el cuestionario, con preguntas abiertas, en las que puedan expresar su opinión sobre los lugares, sus atractivos turísticos y su sentir de la propuesta, la creación de un centro de información turística en el distrito de Sarapiquí, con el fin de promover el cantón de Sarapiquí como un destino turístico.

La investigación ha hecho necesario delimitar los sujetos participantes en ella, tanto a nivel macro (posibles clientes), como a nivel micro (los sujetos efectivamente estudiados a partir de la muestra). Los sujetos de la investigación se detallan a continuación:

Población

La población equivale a todas las personas que viven en el Gran Área Metropolitana (GAM), mayores de 18 años, que sean parte de la fuerza laboral. La población total del GAM, con las características descritas es de 1.430.140 habitantes, a julio del 2009, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Muestra

Representa al grupo de personas del total de la población. Se clasifica en probabilística y no probabilística.

Muestra probabilística

Este tipo de muestra se da cuando todos los miembros de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Existen cálculos matemáticos exactos para desarrollarla con precisión.

Muestra no probabilística

Este tipo constituye una muestra que no se sujeta a la probabilidad de que los sujetos sean seleccionados; sino que la decisión la toma una persona o grupo. El investigador no tiene idea del error en el que puede estar incurriendo en sus apreciaciones.

La muestra de esta investigación es no probabilística, ya que las encuestas se hicieron al azar tanto en el centro de San José como vía telefónica, sin ningún tipo de cálculo matemático.

Tamaño de la muestra

Se utilizó la fórmula de poblaciones infinitas para determinar el tamaño de la muestra, con la cual se realiza la recolección de los datos para la investigación

3.3.2 Fuentes

Existe una gran variedad de fuentes que pueden generar ideas de investigación, entre las cuales se encuentran experiencias individuales, materiales escritos, materiales audiovisuales, teorías, descubrimientos, trabajos de investigaciones, conversaciones personales, observaciones de hechos, creencias e incluso intuiciones y presentimientos; sin embargo, las fuentes que originaron las ideas no se relacionan con la calidad de éstas. Son las fuentes de información las que se consultan para elaborar el trabajo de la investigación.

3.3.2.1 Las fuentes primarias

“Son las que ofrecen datos de primera mano. Incluye libros y artículos en periódicos y revista: conferencias, monografías y tesis; informes testimonios y audiovisuales” (Pazos -Gutiérrez, 2011, P.65).

Esta investigación está basada en:

Información recopilada gracias a la experiencia de personas que se encuentran activas, en la creación de un centro de información turística, como es el caso de los señores Yésica de Toro, Kattia Lizzet Vasconcelos Vásquez y Wally Sibaja González, mediante la entrevista de campo.

3.3.2.2 Las fuentes secundarias

“son los resúmenes, recopilaciones y listados de referencia” (Pazos -Gutiérrez, 2011, P.65).

Son las correspondientes a las que se recopilan de una fuente procesada, como es el caso de los libros de materia turística, revistas de proyectos arquitectónicos y turísticos, consultas a bibliotecas digitales de proyectos similares a éste e Internet. En nuestro caso, fueron utilizadas para determinar el marco teórico de la presente investigación. Implicó un análisis riguroso de libros sobre turismo y por supuesto elementos del turismo.

Esta investigación está basada en: libros, sobre cada uno de los temas desarrollados, y que son reconocidos por el conocimiento aportado a las diferentes personas que los leen.

Los artículos en periódicos y revistas forman parte importante de esta investigación, por ser hechos relevantes para la población de la provincia de Heredia, como lo son los involucrados con el Terremoto de Cinchona.

3.3 Técnicas e Instrumentos para la recolección de la Información.

Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez. La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales o muy similares. Ésta se determina mediante diversas técnicas, las cuales se comentarán brevemente después de revisar el concepto de validez.

3.4.1 La validez

Se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que quiere medir. Es una cuestión más compleja que debe alcanzarse en todo instrumento de medición que sea aplicable.

3.4.2 Técnica Entrevista

Es un proceso de aprendizaje entre ambas partes, en la entrevista se tiene que crear una relación horizontal y de empatía entre las partes, con el propósito que no se sientan diferencias entre el investigador y el investigado. Las preguntas no pueden ser directas, sino tratar de encontrar un punto de equilibrio, para así poder persuadir. La entrevista tiene que estar específicamente preparada, ya que es un proceso de aprendizaje entre ambas partes, el investigador debe demostrar un enorme interés, prestar atención y mucha curiosidad, por lo que está ocurriendo en la zona, permitir que las personas hablen y expresen todo lo que deseen, ser sensibles a su forma de vida.

3.4.3 La Observación

Permite obtener la información tal y como son observando los acontecimientos desde el lugar donde ocurren, esto también funciona cuando las personas no dan la suficiente información verbal y el investigador se encarga de recolectar la información necesaria.

Esta técnica será utilizada en esta investigación debida que permite obtener información de manera fácil y sin interrupciones para las personas que laboran en las diferentes empresas turísticas, y de los mismos turistas. Es una técnica confiable, ya que el mismo investigador es quien está observando el funcionamiento, la satisfacción del cliente y el potencial de los atractivos.

3.4.3.1 La observación directa

Donde el investigador debe tener habilidades sociales para poder escuchar a las personas, y llegar a conocerlos profundamente.

La observación directa le permite al investigador llegar a formar parte de los colaboradores de la empresa y como turista, cumpliendo ambos papeles.

Escuchando ambas partes, sus necesidades y satisfacciones. Esta técnica se implementará en la investigación, con la idea de conocer sobre las necesidades de los colaboradores y las expectativas de los turistas que visitan la zona.

3.4.3.2 La observación indirecta

Es la que se aplica directamente en el trabajo de campo, donde la única relación es la propia naturaleza. La observación es un proceso sistemático por medio del cual se recoge información relacionada.

3.4.4 Cuestionarios

Se utiliza para recolectar información en grupos numerosos, su uso es rápido y de mínimo esfuerzo, las preguntas deben ser claras, poca dificultad y adecuarlas a la escolaridad de las personas. El cuestionario es parte de un esquema de referencia teórico y de experiencias que se originan en un colectivo determinado y relacionado con el contexto elegido para investigarse.

Es un instrumento fácil que puede utilizarse con grupos, y que puede aportar muchos datos a la investigación. Para la recolección de datos e información en este trabajo con enfoque cualitativo se llevará a cabo la técnica de la encuesta, donde el instrumento será el cuestionario. En el cual se solicitará la colaboración de los turistas que visiten el centro Turístico Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas y su opinión sobre la propuesta de la creación de un centro de

información turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí, con el fin de promover el cantón como destino turístico, este constará de preguntas, las cuales puedan ser contestadas en un periodo de tiempo no mayor a diez minutos.

La razón por la cual se utilizará esta técnica es por su fácil aplicación en grupos y personas individuales, al no saber exactamente el tipo de persona que se le aplicará el cuestionario. Este no tomara más de 10 minutos, por lo que las personas no invertirán demasiado tiempo en contestarlo.

Capítulo IV

Análisis e interpretación de datos

4.1 Descripción de la situación (datos absolutos o relativos), explicación e inferencia

Este análisis e interpretación se hace para conocer la evolución y naturaleza tipo y categoría de las diferentes empresas turísticas existentes en el cantón, y otros aspectos complementarios, se recurrió a la aplicación de encuestas y entrevistas a personas o informantes claves, como: Turistas, emprendedores en agencias de viajes, miembros de la Cámara de Turismo de Sarapiquí, Empresarios Turísticos del cantón, Guías locales.

A partir de las respuestas que ellos expusieron en los formularios se crea una matriz y procede a vaciarse la información.

Además, se realizaron visitas de campo personalizadas, por parte de la autora de esta investigación, visitando las diferentes empresas turísticas como lo son: La Quinta Lodge, Hacienda Pozo Azul, Hotel Ara Ambigua, a Oasis Nature Tour, logrando obtener valiosa información.

4.1.1 Encuesta

Para la encuesta se tomó un total de 150 personas las cuales conforman el 100% de entrevistas aplicadas. Las mismas se aplicaron a aquellas personas que visitaron e hicieron el tour en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas estas encuestas se realizaron en el mes de diciembre del año 2018.

4.1.1.1 Sexo

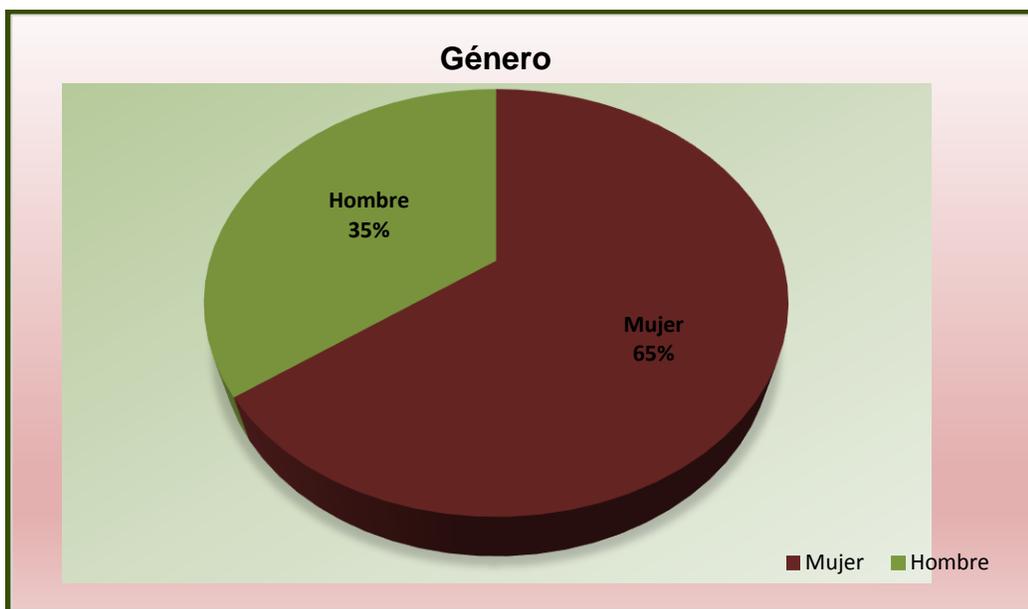
Tabla N° 1.
Distribución de la población entrevistada en el cantón de Sarapiquí

Sexo	Cantidad
Hombres	53
Mujeres	97
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

En base a la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí se obtiene como resultado 98 personas del sexo femenino y 52 del sexo masculino. Se obteniendo como género predominante que el sexo femenino es el segmento de mercado que visita más en la actualidad el cantón de Sarapiquí. Considerando los resultados obtenidos en la tabla número 1, se observa que en la siguiente gráfica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 1.



Fuente: Realización Propia.

Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour,

Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

La encuesta demuestra que existen más visitas de mujeres que de hombres a los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, por tal razón la encuesta fue aplicada en un 65% por mujeres y en un 35% por hombres.

Siendo las del sexo femenino las predominantes en las respuestas de estas encuestas.

4.1.1.2 Edad

Tabla N° 2

Rango de edad de la población entrevistada en el cantón de Sarapiquí

Edad	Cantidad
15- 24 años	60
25-34 años	33
35-44 años	18
45-54 años	15
55-64 años	15
65 a más años	9
Total	150

4.1.1.3 Estado Civil

Tabla N° 3
Estado Civil población entrevistada en el cantón de Sarapiquí

Estado Civil	Cantidad
Soltero	101
Casado	21
Divorciado	15
No Responde	13
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Según las derivaciones de la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí, los viajeros entrevistados están compuestos por 101 solteros, 21 Casados, 15 divorciados y 13 personas que decidieron mejor no responder a esta pregunta. Exponiendo de esta forma las personas solteras son quienes más vistan el cantón de Sarapiquí. En base a los resultados obtenidos en la tabla número 3, vemos como en la siguiente gráfica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Grafico N° 3.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

Según lo que muestra la encuesta el índice de solteros que visitan este centro turístico es mayor con un 67%, seguido por aquellas personas casadas que acceden el 14% de las personas encuestadas, en menor número se encuentra aquellos divorciados quienes consienten en un 10% de los entrevistados. Pero esta encuesta también muestra un 9% de personas que decidieron no responder a esa pregunta. De esta manera se manifiesta que los solteros son quienes más visitan el cantón de Sarapiquí.

4.1.1.4 Nivel de Educación

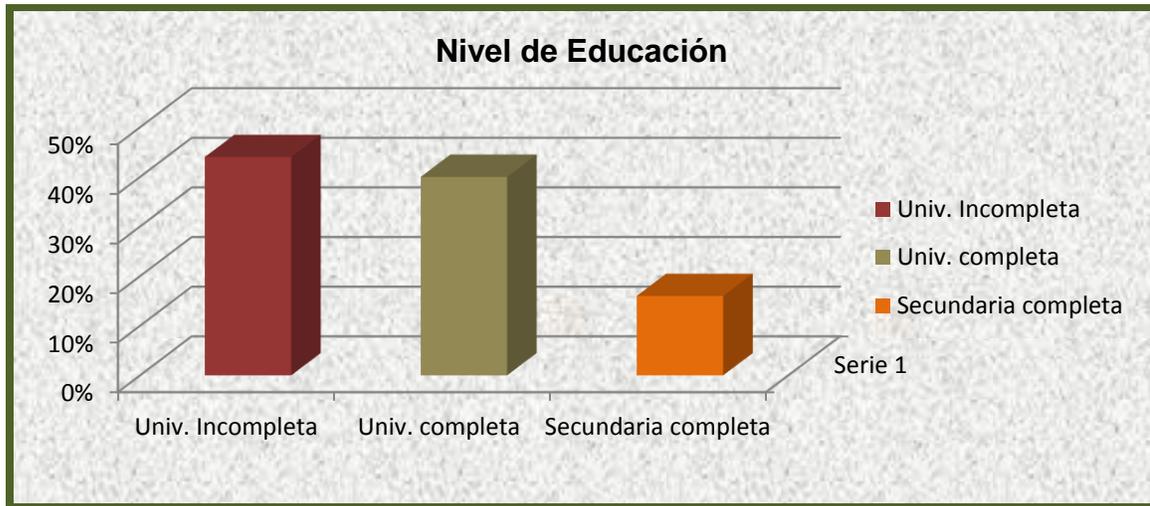
Tabla N° 4
Educación de la población entrevistada en el cantón de Sarapiquí

Nivel de Educación	Cantidad
Universidad Completa	60
Universidad Incompleta	66
Secundaria Completa	24
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Como se muestra la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí, 66 de las personas entrevistadas se encuentran aun estudiando en la universidad, 60 posee un título universitario y 24 lograron terminar la secundaria. Presentando de esta forma las personas que poseen una profesión como los principales visitantes del cantón de Sarapiquí. En base a los resultados obtenidos en la tabla número 4, vemos como en la siguiente grafica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 4.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí

El nivel de educación es variado. Pero predominan los estudiantes universitarios como visitantes, ellos componen un 44% del 100% de personas encuestadas.

Además, se señala con gran importancia que la zona es visitada por personas que poseen carreras terminadas y son profesionales en alguna carrera en específico, estos turistas comprenden el 40% de la encuesta realizada. También se detectó que los Colegiales integran el 16%.

4.1.1.5 Especialidad o Profesión

Tabla N° 5
Profesión de la población entrevistada en el cantón de Sarapiquí

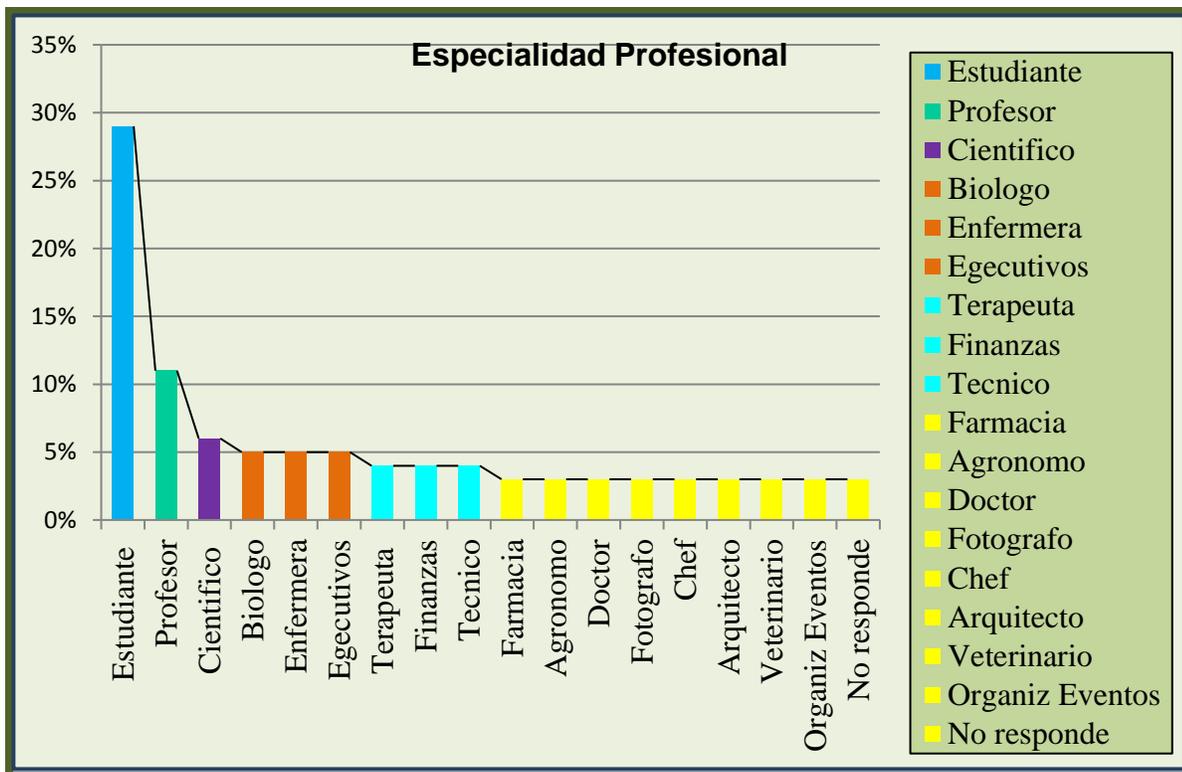
Profesiones	Cantidad
Estudiante	44
Profesores	16
Científico	9
Biólogo	7
Enfermera	8
Ejecutivos	8
Terapeuta	6
Finanzas	6
Técnico	6
Farmacia	4
Agrónomo	5
Doctor	5
Fotografía	5
Chef	4
Arquitecto	4
Veterinario	4
Organización de Eventos	4
No Responde	5
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Según muestra la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí, los visitantes tienen diferentes profesiones. Los estudiantes componen 44 personas, 16 profesores, 9 científicos, 7 biólogos, 8 ejecutivos y 8 enfermeras. Terapeutas, finanzas y técnico cada una de estas profesiones

corresponden a 6 profesionales. Los Chef, Arquitecto, veterinarios y Organizador conforman 4 visitantes por cada una de las especialidades. Además, la encuesta muestra que 5 personas decidieron no contestar esta pregunta. En base a los resultados obtenidos en la tabla número 5, vemos como en la siguiente grafica detalla porcentualmente los siguientes resultados

Gráfico N° 5



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

Se observa que en el gráfico anterior los estudiantes predominan con un 29% de conformidad con la respuesta emitida, se expresa que el lugar es visitado por personas de diferentes profesiones, este no es un limitante, las personas que se encuentran acompañando a los estudiantes (profesores) consintieron un 11% de los entrevistados, extienden los científicos

con un 6%, los biólogos, enfermeras y ejecutivos conforman un 5% cada una de estas profesiones.

Las profesiones son tan variadas que conformaron el 4%, cada uno de los expertos Terapeutas, Finanzas y Técnicos.

El resto de los profesionales tales como: Farmacia, Agronomía, Doctor, Fotógrafo, Chef, Arquitecto, Veterinario, Organización de eventos y de igual forma aquellas que simplemente decidieron no contestar. Completan el 3% cada uno. Mientras que estas son apenas perceptibles porcentualmente.

4.1.1.6 Permanencia en Costa Rica

Tabla N° 6
Residencia población entrevistada en el cantón de Sarapiquí

País	Cantidad
Canadá	36
Estados Unidos	34
Australia	25
Costa Rica	18
Francia	15
México	11
Londres	11
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Por lo mostrado en la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí, los turistas entrevistados vienen de diferentes países tales como: Canadá 36 de ellos, Estados Unidos lo componen 34 de los visitantes, Australia 25, Costar Rica 18, Francia 15 y de México y Londres 11 personas de cada país. Señalando de esta forma que los principales visitantes encuestados fueron

canadienses. En base a los resultados obtenidos en la tabla número 6, vemos como en la siguiente grafica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 6.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

Un 24% de las personas encuestadas viven en la actualidad en el país de Canadá, mientras el 23% se encuentra temporalmente en Estados Unidos.

La encuesta arrojó como una de las nuevas incursiones en el cantón de Sarapiquí, al país Austria, conformando un 17% de los encuestados. Alguno de los turistas encuestados se encuentra temporalmente viviendo en Costa Rica, esta población accede el 12% de los encuestados.

Francia conforma un 10% de los encuestados, seguido por México y Londres quienes conforman un 7% cada uno, según la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí.

4.1.2.1 ¿Cómo considera el acceso al cantón de Sarapiquí?

Tabla N° 7
Acceso cantón de Sarapiquí

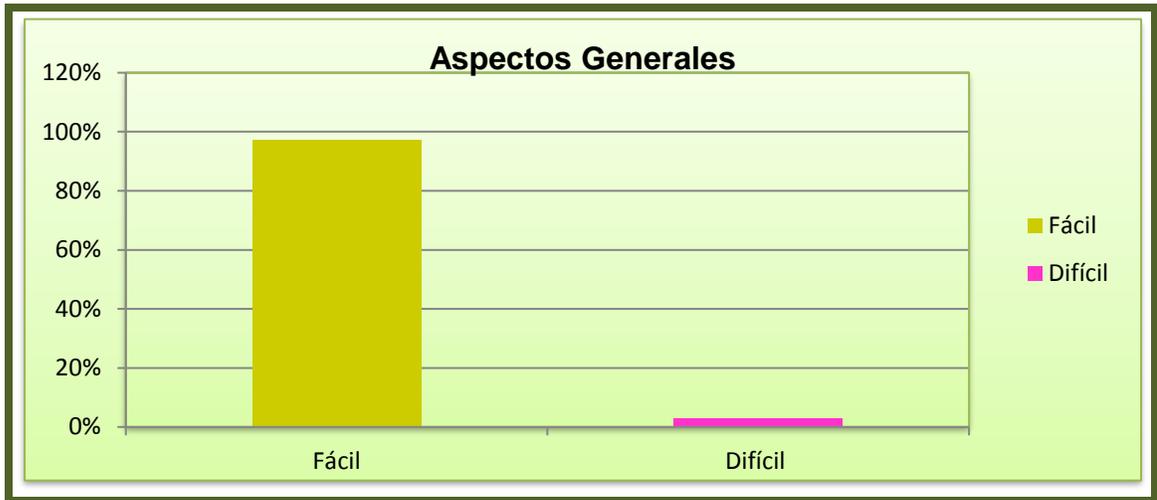
Acceso	Cantidad
Fácil	146
Difícil	4
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

A manera se identifica según la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí, que 146 de los encuestados consideran que el acceso al cantón es fácil, mientras 4 personas creen que el acceso es difícil.

En base a los resultados obtenidos en la tabla número 7, vemos como en la siguiente grafica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 7



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

El acceso a los diferentes atractivos turísticos que ofrece el cantón de Sarapiquí es considerado como fácil por los visitantes en un 97%. No obstante, la encuesta proyecta un 3% consideran que el acceso no es el adecuado. Sin embargo, se expresa en diferentes opiniones que las carreteras están bien marcadas.

4.1.2.2 ¿Qué medio de transporte utiliza?

Tabla N° 8
Transporte cantón de Sarapiquí

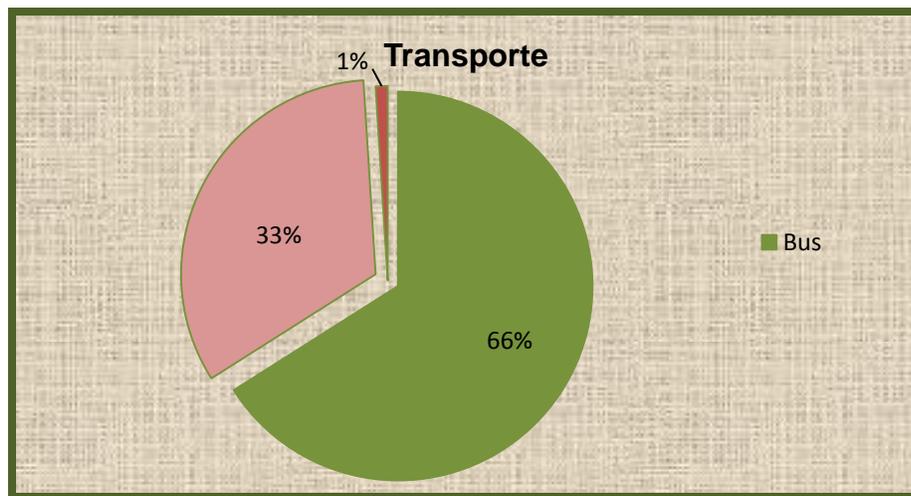
Medio de Transporte	Cantidad
Bus	99
Carro	49
Bicicleta	2
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia.

Según la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí, 99 de los clientes utilizaron el medio de transporte bus, 49 visitaron los atractivos en carro y 2 de ellos lo hicieron por medio de la bicicleta.

Considerando los resultados obtenidos en la tabla número 8, vemos como en la siguiente gráfica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 8.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

Según la encuesta realizada despide como resultado que un 66% de las personas que visitan el centro turístico lo hacen por medio de bus, conjuntamente un 33% los turistas entrevistados utilizan el carro como medio de transporte y que únicamente un 1% de ellos visitan los atractivos de la zona de Sarapiquí en Bicicleta.

4.1.2.3 ¿Cuál es su opinión sobre las vías de comunicación, (Carreteras, señalización, entre otros)?

Tabla N° 9.
Vías de comunicación cantón de Sarapiquí

Vías de Comunicación	Cantidad
Buenas	97
Debe Mejorar	34
No responde	19
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Por la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí, arroja como resultado que 97 de los encuestados consideran que las vías de comunicación son buenas, 34 consideran que se deben de mejorar y 19 de los encuestados decidieron no responder esta pregunta. En base a los resultados obtenidos en la tabla número 9, vemos como en la siguiente gráfica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 9.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

Según la encuesta realizada las personas que visitaron el Cantón de Sarapiquí consideran las vías de comunicación para acceder a los diferentes atractivos turísticos buenas en un 65%, pero, también un 23% de los entrevistados dan su opinión sobre algunas mejoras que se deben realizar. Por ejemplo, que son muy estrechas las carreteras y que falta rotulación sobre los tours o actividades que se pueden practicar en cada uno de los destinos. Un 12% de los turistas que visitan el lugar deciden no responder esta pregunta.

4.1.2.4 ¿Motivos para visitar Costa Rica?

Tabla N° 10
Visita Costa Rica

Visita	Cantidad
Vacaciones	54
Biodiversidad	32
Naturaleza	30
Estudios	17
Cultura	10
Aves	7
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Los datos que muestra la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí señalan que 10 de los turistas visitan Costa Rica por su cultura, 30 por la naturaleza, 54 para vacacionar, 32 por la biodiversidad del país, 17 por estudios y 7 binen por las aves. Con los resultados obtenidos en la tabla número 10, vemos como en la siguiente gráfica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 10.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

Las personas entrevistadas, visitan Costa Rica por razones diferentes, en esta encuesta se manifiestan algunas de ellas. Según se recopila un 7% de los turistas entrevistados visitaron Costa Rica por su cultura, un 20 % de ellos lo visitan por la impresionante naturaleza de la que goza, pero la razón más importante o que sobresale en esta encuesta es que visitan Costa Rica como un destino que ofrece variedad y facilidades de servicios para vacacionar según un 36% de

los encuestados. En un segundo lugar encontramos la biodiversidad respaldado por un 21% de los turistas. Algunos de ellos visitaron este país por estudios conformando un 11%. Las aves es uno de los motivos que también se mencionó con un 5%.

4.1.2.5 ¿Cuánto tiempo va a estar en Costa Rica?

Tabla N° 11
Estancia en Costa Rica

Estadía	Cantidad
Estancia entre 8-17 días	121
Nacionales	22
No responde	7
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Según los resultados obtenidos por la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí, señala que 121 personas visitan Costa Rica entre 8 y 17 días, estos además indican que es su primera vez en el país, además 22 de los turistas entrevistados resultaron ser nacionales, y en la actualidad son residentes, 7 de los encuestados deciden no responder a esta pregunta. Tomando en cuenta los resultados obtenidos en la tabla número 11, vemos como en la siguiente grafica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 11.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

Los datos señalan que un 81% de los turistas entrevistados mencionan que esta es la primera vez que visitan Costa Rica y que estarán alrededor de 8- 17 días en el país, mientras un 15% de ellos responde que son nacionales, (costarricenses), quedando un 4% restante que opta por no contestar la pregunta.

4.1.2.6 ¿Por qué Visita Sarapiquí?

Tabla N° 12
Visita Sarapiquí

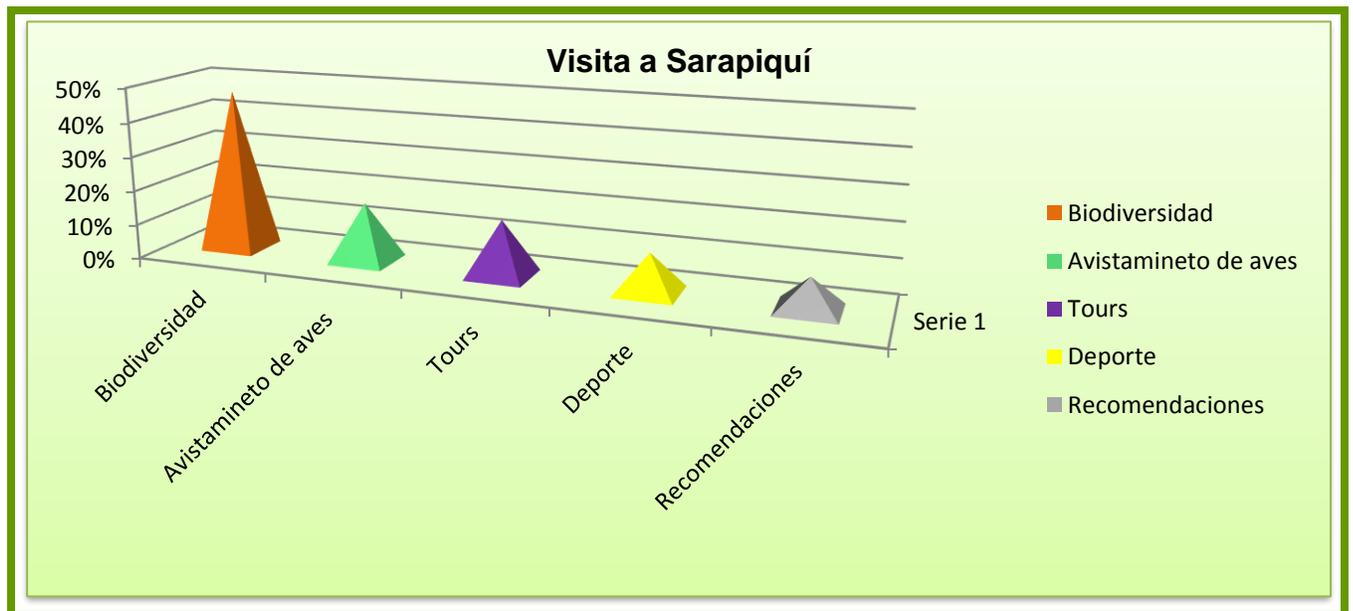
Visita	Cantidad
Biodiversidad	71
Avistamiento de aves	25

Tours	24
Deportes	16
Recomendación	14
Total	150

Fuente. Creación Propia

Como se muestra por las derivaciones resueltos en la encuesta realizada en el cantón de Sarapiquí, puntea que 71 individuos visitan el cantón por la Biodiversidad que ostenta el canton, 25 por el avistamineto de aves ue se logran observar en un solo día en Sarapiquí, 24 de los clientes por las actividades o tours que pueden realizar, 16 por deporte, y únicamente 14 de los encuestados visitan el cantón por recomendación de familiares, amigos o conocidos. En base a los resultados obtenidos en la tabla número 12, vemos como en la siguiente grafica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 12.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

De acuerdo con la respuesta emitida por los turistas, un 47% de ellos visitan el centro turístico, ya que se contempla como parte del tour que adquirieron con la agencia. Mientras un 17% de los mismos dicen haber visitado el lugar porque les gusta la naturaleza y un 16% dice visitar el sitio para realizar diferentes tours, acuáticos principalmente. El avistamiento de diferentes especies de aves también es un componente conformado por un 11% de los encuestados. El porcentaje menor visita Sarapiquí por recomendaciones conformando este rubro el 9% de los turistas encuestados.

4.1.2.7 ¿Qué fue lo que más le gusto de los lugares visitados?

Tabla N° 13
Lo que más le gusto

Satisfacción	Cantidad
Biodiversidad	72
Atención Brindada	11
Tours	20
Comida	10
No Responde	10
Las Aves	17

El Río	10
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Tal como se pauta por las encuestas realizadas en el cantón de Sarapiquí, 72 de los visitantes revelan que lo que más les gusta es la biodiversidad que describe al cantón, 11 de ellos nos indican que se encuentran satisfechos y agradecidos por la atención que les brindaron, 20 dicen que los tours son de alta calidad, 10 les gusta la comida, 10 de los encuestados deciden no responder la pregunta, mientras 17 revelan que lo que más les gusta es la variedad de aves que se pueden observar en su hábitat natural con gran facilidad, 10 revelan que la belleza del río es simplemente impactante. En base a los resultados obtenidos en la tabla número 13, vemos como en la siguiente gráfica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Grafico N° 13.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

Se concluye por los resultados que el 7% de los encuestados están satisfechos con la atención brindada por el personal que los atendió en los diferentes centros turísticos del cantón de Sarapiquí, además de la atención brindada, la comida, la belleza del río y clientes que decidieron no responder la pregunta también componen un 7% cada uno de estos aspectos. El avistamiento de aves en la zona fue reconocido por un 11% de los encuestados. En un segundo lugar con un 13% lo que les gusto del cantón de Sarapiquí fue la variedad de tours que pueden practicar y de los cuales no lo sabían. Además, de esto se desglosa con un 48% la biodiversidad con la que cuenta el cantón.

4.1.2.8 ¿Qué no le agrado de su viaje a Sarapiquí?

Tabla N° 14
Lo que no le gustó

No le gustó	Cantidad
Falta de información turística	89
Publicidad del cantón	38
Comida	12
Hoteles	9
No Responde	2
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Comparativamente como se demuestra por las encuestas realizadas en el cantón de Sarapiquí, 89 de las personas encuestadas consideran que existe la falta de información turística, mientras 38 personas reflejan que no les gusto la poca publicidad del canton de Sarapiquí. Se demuestra que 12 personas no les gusto la comida que les brindaron, 9 no les pareció cómodo el hotel en el que se hospedaron, 2 de los turistas deciden no responder a esta pregunta. En base a los resultados obtenidos en la tabla número 14, vemos como en la siguiente grafica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 14.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí

El 59% de los turistas mencionó la falta de información del canton con respecto a los servicios, tours y atractivos que posee en muy alto, además un 25% de los encuestados afirman que la publicidad del canton es mala, los atractivos turísticos se encuentran rotulados en su mayoría, pero por lo genal no evidencian ser una empresa turística ni los diferentes tours que ofrecen. Existe un 8% de los entrevistados que mencionan que la comida no es de su agrado, y un 6% que los hoteles ofrecidos en la actualidad no cumplen con las expectativas, mientras un 1% de los mismos decide no contestar la pregunta efectuada.

4.1.2.9 ¿Ha recibido alguna vez información sobre los atractivos o establecimientos de hospedaje que ofrece el canton de Sarapiquí?

Tabla N° 15

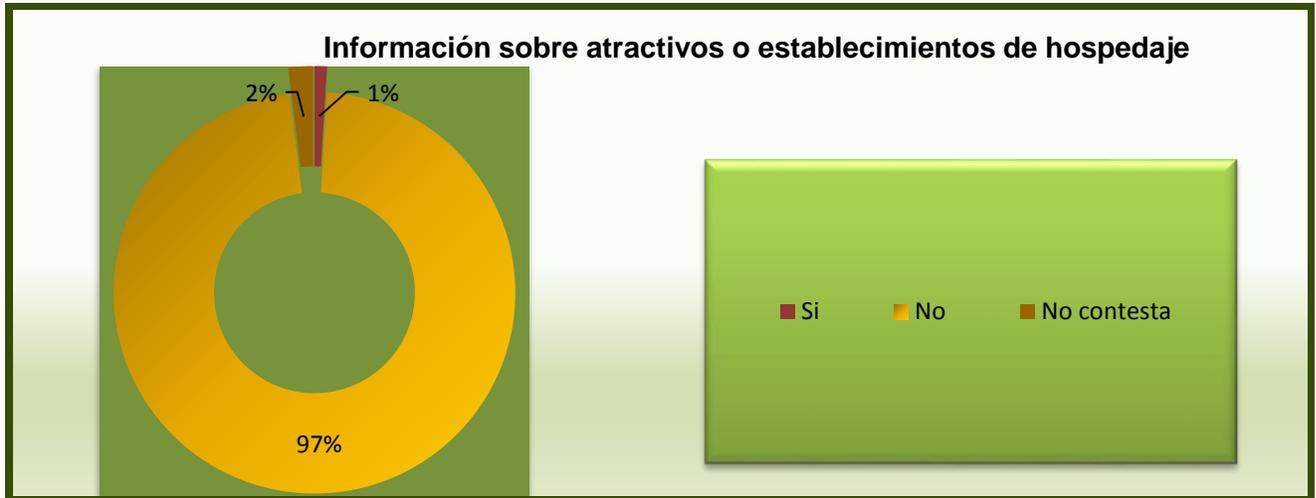
Información de atractivos o establecimientos de hospedaje

Recomendación	Cantidad
Sí	1
No	146
No Responde	3
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Asimismo, como se expresa por las encuestas realizadas en el cantón de Sarapiquí, 1 de los turistas encuestados recibió información sobre los atractivos o establecimientos de hospedaje con los que cuenta el cantón, mientras tanto 146 personas manifiestan que no han obtenido ningún tipo de información que les permita facilidad para poder realizar diferentes actividades. 3 de los encuestados decide no responder la pregunta. Considérense los resultados obtenidos en la tabla número 15, para observar como en la siguiente gráfica se detallan porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 15.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

En cuanto a la consulta, sobre la opinión sobre haber recibido alguna vez información sobre los atractivos o establecimientos de hospedaje que ofrece el cantón de Sarapiquí, un 1% de los encuestados indica que en algún momento la información le fue brindada, mientras un 97% muestra no haber obtenido ese tipo de información, y un 2% de los turistas decide no contestar esta pregunta.

4.1.2.10 ¿Cuál es su opinión para la creación de un centro de información Turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí, con el fin de promover el cantón como un destino turístico?

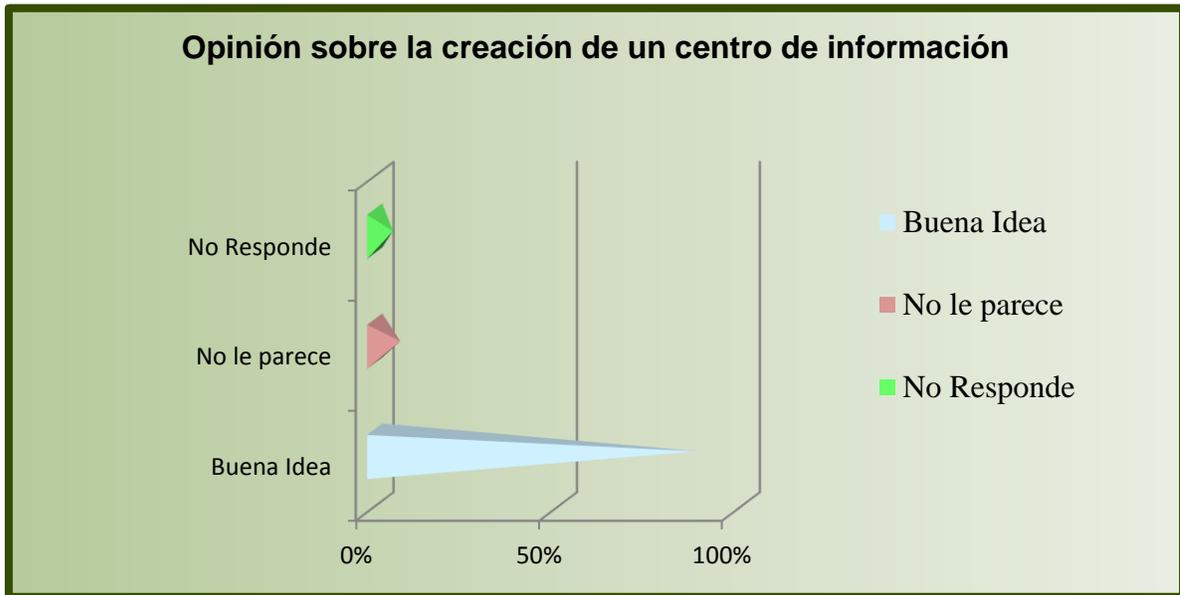
Tabla N° 16
Creación de un centro de información turística

Centro de Información	Cantidad
Buena Idea	131
No le parece	11
No Responde	8
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Según las encuestas realizadas en el cantón de Sarapiquí, 131 de los viajeros encuestados especulan que es una buena idea la creación de un centro de información turística para el cantón, por otra parte 11 expresan que no les parece la idea, mientras 8 decidieron no contestar a esta pregunta. Con los resultados obtenidos en la tabla número 16, se puede observar como en la siguiente grafica detalla porcentualmente los siguientes resultados porcentualmente la siguiente información.

Gráfico N° 16



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

Con base en las encuestas, un 88% de los turistas les atrae la idea de la creación de un centro de información turística que promueva el cantón de Sarapiquí como un destino turístico, la cual brinde información y una asesoría para planear una estancia provechosa en el cantón de Sarapiquí. Confían que, con la creación del mismo, el cantón se esmere por ofrecer un mejor servicio de hospedaje y alimentación. Es una formar de coordinar diferentes actividades por practicar en un mismo país y mejor si éstas se encuentran en una misma área o cantón, además de fortalecer el posicionamiento de Sarapiquí, en este caso. Un 7% de los turistas no les parece, comenta que un centro de información turística podría tener un precio mayor a los que ya se encuentran en el mercado hecho que disminuiría la visitación al cantón. Mientras 5% deciden no contestar la pregunta.

4.1.2.11 ¿Qué actividad turística realizó y cuál fue la que más disfruto?

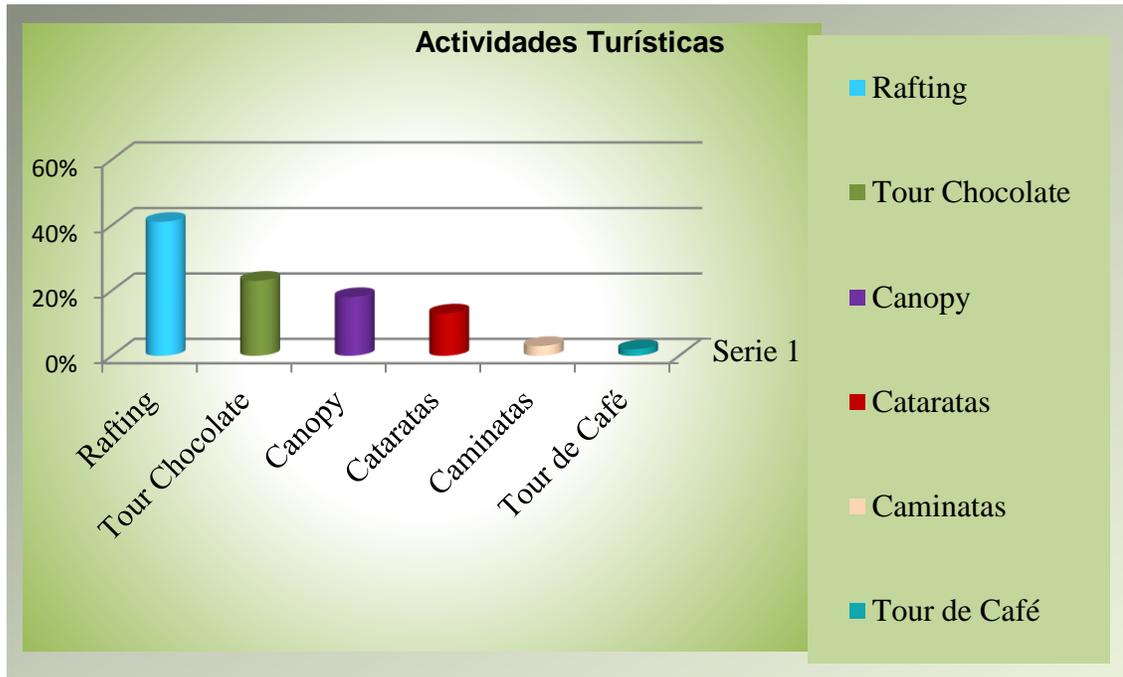
Tabla N° 17
Actividades Turísticas

Actividades	Cantidad
Rafting	61
Tour Chocolate	35
Canopy	27
Cataratas	19
Caminatas	5
Tour de Café	3
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Por lo coleccionado en las encuestas realizadas en el cantón de Sarapiquí, los turistas disfrutaron de realizar diferentes actividades ejemplo: 61 de ellos practicaron Rafting, 35 tour de chocolate, 27 canopy, 19 cataratas, 5 caminatas, el tour de café lo realizo únicamente 3 de las personas en cuestadas. En base a los resultados obtenidos en la tabla número 17, vemos como en la siguiente grafica detalla porcentualmente los siguientes resultados porcentualmente la siguiente información.

Gráfico N° 17.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del Cantón de Sarapiquí.

De acuerdo con los dos gráficos arriba propuestos, se encuentra que los resultados que arroja la encuesta es que un 41% de los turistas que visitaron el cantón de Sarapiquí, realizaron como actividad principal rafting, en un segundo lugar se encuentra el tour de Chocolate con un 23%. El Canopy estuvo un 18%. Mientras un 13% manifiestan haber observado cataratas, 3% realizaron caminatas y un 2% de los encuestados realizaron el tour de café.

Estas son las principales actividades turísticas realizadas en el cantón de Sarapiquí.

Dentro de las actividades que más disfrutaron los turistas están:

- El río y sus tours
- El tour de Chocolate
- La observación de aves, al realizar sus caminatas y tours

En términos muy generales los turistas desean realizar actividades que los complementen el instinto de aventura y además les permita apreciar lo bello de la naturaleza del cantón de Sarapiquí.

4.1.2.12 ¿Recomendaría a sus amigos y familiares visitar Sarapiquí?

Tabla 18
Recomendaría Sarapiquí

Recomendar	Cantidad
Sí	129
No está seguro aún	14
No respondió	7
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Según refleja la encuesta llevada a cabo en el cantón de Sarapiquí, 129 de los turistas recomendaría a sus familiares, amigos y conocidos visitar el cantón de Sarapiquí y disfrutar de sus amplias actividades, 14 de ellos no están seguros aun, desean conocer más del cantón para poder tener una visión más clara de la oferta y 7 de los encuestados decidieron no contestar esta pregunta. Con los resultados obtenidos en la tabla número 18, se puede observar que en la siguiente grafica se detallan porcentualmente los resultados obtenidos en dicha información.

Gráfico N° 18



Fuente: Realización propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

La presente variable es analizada de la siguiente forma: un 84% de los turistas encuestados dejan ver su recomendación para visitar el cantón de Sarapiquí, encantados por la naturaleza que los rodea, mientras un 14% declaran no estar seguros aun de poder recomendar el cantón. Además, se muestra un 2% de los encuestados que decide no contestar la pregunta realizada.

4.1.2.13 ¿Le gustaría que el cantón de Sarapiquí contara con un mapa turístico-comercial?

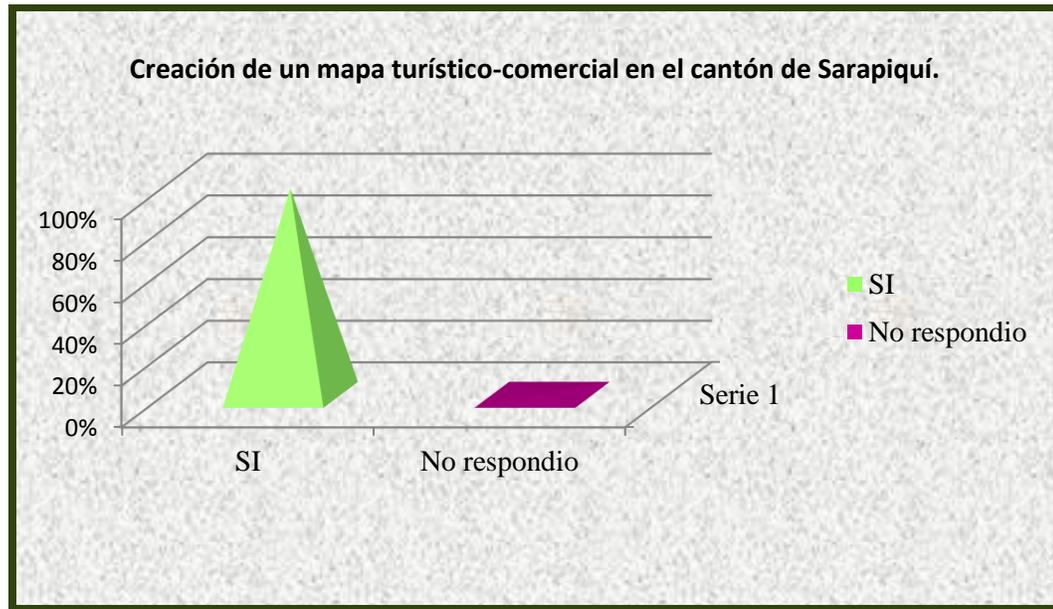
Tabla N° 19
Mapa turístico-comercial

Creación de un Mapa	Cantidad
Si	149
No Respondió	1
Total	<u>150</u>

Fuente: Creación Propia

Según muestra la encuesta llevada a cabo en el cantón de Sarapiquí, 149 de los encuestados afirma que, si les gustaría que el cantón contara con un mapa turístico- comercial. Además, muestra que 1 de las personas decidió no responder a esta pregunta. En base a los resultados obtenidos en la tabla número 19, vemos como en la siguiente grafica detalla porcentualmente los siguientes resultados.

Gráfico N° 19.



Fuente: Realización Propia. Encuesta realizada en los centros turísticos Mi cafecito Coffe Tour, Hacienda Pozo Azul, Estación de Investigación La Selva, Tirimbina, Jardines de la Catarata y Cinco Ceibas, centros turísticos del cantón de Sarapiquí.

De conformidad con la respuesta emitida por los turistas un 99% de ellos aseguran que les gustaría obtener un mapa turístico- comercial debido a que generaría mayor conocimiento para ellos sobre los lugares que se encuentran visitando. Ampliaría su visión sobre los servicios y facilidades que ofrece el cantón de Sarapiquí. Mientras un 1% de los turistas no respondió a la pregunta elaborada.

4.2.1 Entrevista, Informantes Claves

4.2.1.1 Nivel de Educación

Con base en las entrevistas realizadas se desprende que 8 personas presentan estudios universitarios concluidos satisfactoriamente, obteniendo de esta manera un título profesional. Además, dos de los entrevistados tiene universidad incompleta y dos personas del total poseen un nivel de educación de secundaria incompleta. Los entrevistados laboran en la actualidad en el cantón de Sarapiquí.

Aspecto Laboral

4.2.2.1 ¿Lugar de trabajo y puesto desempeñado?

Las personas entrevistadas se encuentran actualmente, ejecutando labores que los exige de una manera directa a mantenerse informados y actualizados con lo que respecta a los atractivos que presenta el cantón de Sarapiquí, el marketing, tipo de turista que asesoran y que visita el cantón, selección de tours, las principales actividades que se realizan, medios de promoción para el cantón, mejoramiento y conservación de los recursos naturales. Dos de las personas entrevistadas corresponden a la señora Yessica de Toro quien labora hace más de 8 años en la Agencia de viajes Natura Tours y el señor Fernando Alfaro quien laboran la misma cantidad de años en el centro de información turística, agencia Aérea, S.A. Ambos promotores de su propia agencia. Una de las personas entrevistadas trabaja en la Universidad Nacional de Costa Rica, cubre el cargo de promotora de centros turismos en zonas Rurales como es el caso de Kattia Lizzet Vasconcelos –Vásquez. Además, el Señor Marco Gasparoli, trabaja como

Gerente general de la empresa y centro turístico Selva verde. La señorita Mariela García y Johana Arguello trabajan en Tirimbina y Aventuras Sarapiquí respectivamente, ambas como administradoras de estos centros turísticos del cantón de Sarapiquí. Asimismo, contamos con la señora Rossy Mora Badilla quien administra la Cámara de Turismo de Sarapiquí (CATUSA).

La empresa Asesores en Biología, S.A, le brinda una asesoría en términos legales y ambientales, las empresas turísticas de la zona de Sarapiquí, brinda sus servicios en pruebas de reproducción y manejo de la flora y fauna de la zona.

El Señor Diego Jiménez y Gilberto Arce, cumplen con la función de guías dentro del bosque de la Tirimbina, observando e informando sobre los acontecimientos dentro del establecimiento.

Se realizó la entrevista a dos personas más en la empresa Jardines de la Catarata quienes tienen la mayor responsabilidad en cuanto a toma de decisiones, María Fernanda Vargas quien desempeña el cargo de Gerente de operaciones y Roy Torres como Gerente general de la Empresa.

4.2.2.2 ¿Especialidad y Profesión?

Basados en la encuesta realizada, dos de las personas entrevistadas están formando una agencia de viajes que les permita consolidarse. Además de formar parte de un grupo de personas que ayudan en la creación de un mapa turístico para la provincia de Cartago y San José.

Seis de los entrevistados buscan la condición de consolidar sus atractivos turísticos y fomentar el turismo en el Cantón de Sarapiquí.

Diego Jiménez y Gilberto Arce, desempeñan la función de guías en el bosque de la Tirimbina, presentando un enorme bagaje en la observación y protección de los recursos

naturales, adquirido mediante la práctica a través de 10 años de experiencia. Prestando sus servicios profesionales en la empresa Tirimbina.

María Fernanda Vargas ocupa el cargo de gerente de Operaciones de Jardines de la Catarata, S.A y Roy Torres es el Gerente general de la misma empresa.

4.2.2.3 ¿Ha trabajado usted con empresas turísticas?

Los resultados que arroja la entrevista aplicada es que todas las personas de una u otra manera, han trabajado con turistas e inclusive continúan trabajando en ellas o con ellas.

Se analiza de la entrevista aplicada que las personas han laborado y están trabajando en áreas vinculadas con el tránsito contaste de turistas al cantón de Sarapiquí, pacíficamente, transportando, recibiendo y enviando clientes diferentes lugares del país y a diferentes comercios.

Algunas de las empresas para las que han laborado y siguen laborando son:

- Natura Tours
- Aéria
- Tirimbina
- Jardines de la Catarata, S, A
- Selva Verde
- Aventuras del Sarapiquí.
- Asesores en Biología Pompilio

4.2.2.4 ¿Qué tipo de cliente asesora con mayor frecuencia?

Se analiza de la entrevista aplicada que las personas han laborado y están trabajando en asesorar clientes de diferentes partes del mundo, pero como España, México, Argentina, E.E.U.U, Canada, Francia, Austria y Alemania. Dejando en manifiesto que los más asesorados son los clientes de nacionalidad europea.

4.2.2.5 ¿Podría asesorar en la selección de diferentes tours a turistas en el Cantón de Sarapiquí?

La entrevista arroja un resultado muy positivo, de las doce personas entrevistadas once contestan de forma afirmativa esta respuesta, mientras que uno de ellos no respondió la pregunta.

4.2.2.6 ¿Cuáles serían las recomendaciones que como profesional realizaría para la creación de un centro de información turística en el distrito de Puerto Viejo de Sarapiquí con el fin de promover el Cantón como un destino turístico?

Los entrevistados reafirmaron que lo primordial es conocer la historia del Cantón, sus atractivos, la infraestructura y de esta manera saber si cumple con las condiciones adecuadas. Básicamente estos aportaron una lista, con lo que debe contar el Cantón para que este objetivo se cumpla, tales como:

- a. Contar con un mapa turístico-comercial del cantón de Sarapiquí.
- b. Exponer el Cantón de Sarapiquí como un destino turístico nacional, utilizando como principal herramienta el mapa turístico-comercial del cantón.
- c. Tomar en consideración las condiciones bioclimáticas del lugar,

(Temperatura, precipitación y humedad).

- d. Instalaciones en buen estado. Mejorar Hoteles, Restaurantes y tours.
- e. Trabajo en conjunto, empresas privadas y públicas.
- f. Lograr mayor permanencia en el Cantón de Sarapiquí.
- g. Brindar promoción a los tours que se pueden realizar en la zona.
- h. Promover turismo en avistamiento de aves.
- i. Promover el turismo de Investigación
- j. Incentivar el turismo rural comunitario
- k. Contratar personal capacitado y ofrecer realimentación.
- l. Publicitar el Cantón de Sarapiquí como un destino de Aventura y Naturaleza.

4.2.2.7 ¿Qué tipo de empresas recomendaría que se incluyan en el mapa turístico-comercial del cantón de Sarapiquí?

Aquellas empresas que promuevan la protección y conservación de los recursos naturales con los que cuenta el cantón. Tomando en cuenta que los principales atractivos que se poseen son la biodiversidad y el río.

4.2.2.8 ¿Considera usted que el Cantón de Sarapiquí cuenta con el producto turístico necesario para convertirse en un destino turístico en Costa Rica?

La respuesta esta pregunta resulta placentera para el cantón de Sarapiquí, en conclusión, las doce personas entrevistadas consideran que Sarapiquí tiene todo lo necesario para poder llegar a posicionarse como un destino turístico en Costa Rica.

Dentro de los factores que destacan para que el posicionamiento del Cantón se lleve a cabo resaltan:

- ❖ Clima Privilegiado
- ❖ Tours de Aventura
- ❖ Variedad en tours
- ❖ Abundancia en su Biodiversidad
- ❖ Tours complementarios Arenal
- ❖ Exuberante Naturaleza

Actividad Turística

4.2.2.9 ¿Cuál es el potencial turístico del Cantón de Sarapiquí?

La entrevista arroja un dato satisfactorio, diez personas entrevistadas han mencionado la Biodiversidad como el principal potencial con el que cuenta el cantón de Sarapiquí. Brindando la certeza de que es la principal razón por que visitan Sarapiquí.

Además, dos de los entrevistados señalan los diferentes tours de aventura como los que podrían llevar al cantón al posicionamiento.

Según lo consultado a los empresarios turísticos el principal potencial del cantón es la Biodiversidad, el río Sarapiquí y la gran variedad de Tour que se ofrecen en la zona.

La región presenta gran diversidad de fauna y flora. En Costa Rica existen alrededor de 900 especies de aves y en la zona de Sarapiquí es posible observar casi el 50% de ellas.

Está representada por aves residentes y aves migratorias, donde se observan el rey de los zopilotes, la pájaro sombrilla, el jilguero y el quetzal. Entre las especies de mamíferos encontramos los monos cara blanco, colorado y aullador, la danta, el puma, el jaguar, el zaíno, el oso colmenero, la martilla, el cabro de monte, la guatusa y el coyote. También, es refugio de especies en vías de extinción como el pavón y el tepezcuinte, las ranas, reptiles.

Esta alta diversidad se debe al amplio rango altitudinal que la región presenta: hay una variación de los 37 msnm en la localidad de Puerto Viejo hasta los 2600 msnm en el Volcán Poás.

La región alberga varias áreas protegidas, entre ellas el Parque Nacional Braulio Carrillo, Reserva Biológica La Selva, Refugio de Vida Silvestre La Tirimbina, Refugio Nacional de Vida Silvestre Bosque Alegre y Refugio de Vida Silvestre Maquenque (Jiménez, 2000, p. 17).

4.2.2.10 ¿Existe alguna institución estatal que capacite en la actividad turística del cantón de Sarapiquí?

La respuesta es positiva, esto gracias que las personas entrevistadas se encuentran trabajando directamente con el INA en la actualidad, esta institución esta brindado un gran soporte al cantón de Sarapiquí en capacitaciones. UNA imparte la carrera de Turismo.

4.2.2.11 ¿Cuáles son las 5 actividades turísticas más practicadas por los clientes en el Cantón de Sarapiquí?

Las cinco actividades más repetitivas según las entrevistas realizadas a los informantes claves fueron:

1. Rafting
2. Observación de aves
3. Caminatas en el bosque
4. Tours nocturnos
5. Tour de chocolate

Este es el orden según las veces que fue mayormente mencionada, basados en esta información, el rafting fue mencionado en primer lugar por los doce entrevistados, la mencionaron dentro de sus respuestas, en segundo lugar se encontrarían la observación de aves, la cual de igual manera fue mencionada en las doce repuestas recibidas, en tercer lugar se encontraría caminatas por el bosque, esta estuvo presente en ocho de las doce repuestas. En cuarto lugar se limitan las caminatas por el bosque, las cuales se encontraron en seis de las repuestas efectuadas a los informantes, al igual que los tours nocturnos en igual número de repuestas. Por su parte el tour de chocolate tendría únicamente tres menciones.

4.2.2.12 ¿Qué proyectos fomentaría para lograr el desarrollo turístico del cantón de Sarapiquí?

Según los entrevistados lo que más se debe impulsar es:

- Creación y posicionamiento de un mapa turístico- comercial que permita un mayor flujo de turistas a visitar el cantón como destino turístico.
- El Trabajo en conjunto de los distintos centros turísticos del cantón de Sarapiquí.
- Paquetes promocionales que promuevan la estadía en el cantón.
- Brindar mayor confort y comodidad a los clientes
- Desarrollar publicidad para atraer turistas al cantón
- Efectuar publicidad de las diferentes actividades que ofrece el cantón en la zona.
- Buscar medios de promoción para fortalecer los tours de observación de aves.

4.2.2.13 ¿Cuál o cuáles destinos turísticos considera indispensables de ser incluidos en un paquete turístico?

En Sarapiquí el turismo de aventura, naturaleza y en menor medida el cultural son los principales a considerar. La entrevista señala como los tres principales destinos turísticos del Cantón de Sarapiquí a Jardines de la Catarata, S.A, Pozo Azul y la Tirimbina, estos mencionados por 8 de los entrevistados, en 4 ocasiones se mencionan Mi Cafesito Coffe Tours, Estación de Investigación La Selva, y Cinco Ceibas. Con la idea de conformar un paquete variado y de calidad para el cliente.

4.2.2.14 ¿Es de su conocimiento si el cantón de Sarapiquí cuenta con un o diagnóstico de los atractivos con potencial turístico?

Según los informantes claves entrevistados, no tienen conocimiento que el cantón de Sarapiquí cuente con un Inventario de los atractivos con potencial turístico.

La confección de un mapa turístico-comercial dará como resultado incentivar a los visitantes a obtener una opción visual resumida de los atractivos y actividades turísticas del cantón de Sarapiquí. Y de esta manera incentivarlos a visitar este cantón rodeado de grandes atractivos.

4.2.2.15 ¿Cuáles son los medios primordiales que se utilizan para promocionar el cantón de Sarapiquí?

Según las personas entrevistadas el principal medio que utilizan para promover el cantón son las ferias de Turismo e Internet.) Expo tour y Fitours

4.2.3.16 ¿Reconoce los problemas que enfrenta el cantón de Sarapiquí que repercuten directamente o indirectamente la visitación de este?

Los principales factores son la infraestructura en los hoteles, es utilizado como un destino de paso, no ofrece servicios que en el mundo de hoy son básicos como es el TV y Wi-Fi. Además, la repercusión de creer que Sarapiquí es un lugar muy bonito pero muy largo.

4.2.3.17 ¿Cuáles son las principales Características de los turistas que visitan el cantón de Sarapiquí?

Según lo identificado por las respuestas obtenidas las características que identifican a los turistas que visitan el cantón de Sarapiquí son los que desean una combinación de aventura y naturaleza.

4.2.3.10 ¿Forma aparte de las empresas que obtuvieron o contribuyeron a la certificación de Sarapiquí como destino Sostenible?

Por los resultados obtenidos en la entrevista podemos asegurar que ocho contribuyeron para que Sarapiquí obtuviera el reconocimiento de destino sostenible en Costa Rica.

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

5.1.1 Objetivo específico N° 1

El Cantón de Sarapiquí está conformada por un típico poblado de zona rural que al igual que otras comunidades del país, se caracteriza por la poca atención que le brinda el gobierno central. Para tal efecto se aplicó un análisis situacional mediante un FODA, el cual se detalla a continuación.

Fortalezas

- La creación de un centro de información turística en la zona incentivaría mayores visitantes para el Cantón.
- Generar un soporte de crecimiento en los atractivos turísticos del cantón de Sarapiquí.
- Promueve la venta de tours propios del cantón, Ejemplo (rafting, observación de aves, cacao, yuca, piña, café, palmito y productos lácteos).
- Las vías de comunicación y el acceso a los diferentes centros turísticos son realmente buenas según la percepción de los turistas que visitan el Cantón. (Encuesta).
- El cantón de Sarapiquí cuenta con variedad de accesos, (3).
- La naturaleza de la zona es exuberante, cuenta con ríos, bosques, áreas protegidas además lo turistas son atraídos por las diferentes especies de aves, (pato aguja, pájaro estaca, oropéndolas, tucanes pico iris), reptiles y mamíferos, en pocas palabras cuenta con flora y fauna simplemente envidiable según la encuesta

- El servicio y atención brindada en los diferentes centros turísticos a los clientes es aceptable (Encuesta).
- La mayoría de sus visitantes son extranjeros, visitan el cantón por la naturaleza, Biodiversidad y paquete ofrecido por diferentes agencias. (encuesta)
- Sarapiquí cuenta con empresas turísticas que han obtenido la Certificación de Sostenibilidad CST otorgado por el ICT.
- INA y UNA ofrecen la carrera en turismo, realizan diferentes charlas sobre el turismo sostenible, capacitaciones en servicio al cliente y apoyan proyectos de desarrollo turístico en el cantón. (Entrevistas).
- Cuenta con la representación de un organismo de turismo CATUSA (Cámara de Turismo de Sarapiquí).
- Oferta de servicios básicos eficientes (Servicio de electricidad, teléfono móvil y agua potable).
- El Ministerio de Educación, a través de su malla curricular en la especialidad de Turismo ofrece una preparación y capacitación de futuros técnicos, ampliando aún más la oferta de profesionales del cantón.

Oportunidades

- En Sarapiquí y otras áreas cercanas no ha habido el empuje necesario por desarrollar instalaciones de hospedaje con todas las comodidades, (TV y Wi-Fi) ya que son muy pocos los hoteles o lugares de hospedaje en el cantón dirigidos al turismo de aventura.
- Generaría un crecimiento en el cantón promocionándolo como un destino turístico, mejorando la planta y servicios que ofrece principalmente en sus hoteles y restaurantes.

- Aumentar las comunicaciones con los diferentes centros turísticos, para incrementar la estadía en el cantón.
- Promocionar el cantón como un destino turístico de aventura y naturaleza.
- Las condiciones bioclimáticas de la zona son idóneas para generar un aumento anual en avistamiento de aves, e incrementar la afluencia de turismo.
- Aumentar la Publicidad en el a nivel nacional e internacional.
- Ampliación del mercado nacional por su cercanía a la capital (San José) una hora y treinta minutos.
- Organismos la OET posicionados en la zona permiten a niveles internacionales una apertura para el posicionamiento del cantón como destino turístico a nivel internacional.

Debilidades

- En materia gastronómica, existe una deficiencia en la variedad del menú que los diferentes establecimientos de Ay B ofrecen en el cantón, según el tipo de turista que los visita. (Encuesta)
- La falta de valorización y promoción de los atractivos culturales, deportivos, placer, y salud que podrían atraer una demanda turística potencial, y no limitarse.
- Servicio de transporte público no es eficiente para el turista.
- Carece de un inventario turístico que muestre la realidad actual de la oferta del cantón.
- La publicidad de los diferentes atractivos no concuerda con los atractivos y servicios ofrecidos.
- La publicidad del cantón no es eficiente ya que el turista nacional tiene referencias que Sarapiquí se ubica muy largo de la capital (San José).

- Dirigen su publicidad altruismo de aventura, pero ofrecen hoteles para un turismo naturalista.

Amenazas

- Sarapiquí tiene una red hidrográfica muy amplia, lo que representa una oportunidad para el desarrollo del turismo como elemento valorizado del entorno. Sin embargo, esto representa, también, un riesgo, el de las inundaciones en el centro de Puerto Viejo. Por lo tanto, debe considerarse como amenaza para el desarrollo turístico, tanto en las infraestructuras como en las actividades turísticas.
- El desarrollo no planificado y no controlado de las actividades humanas. El cantón de Sarapiquí aún no cuenta con un plan regulador.
- El cantón de Sarapiquí no tiene la visión de crecimiento y mejoramiento en su planta y servicios turística.
- No han logrado trabajar en equipo como empresas para lograr que el cantón se provisione como un destino turístico.

5.1.2 Objetivo específico N° 2

Se cumple el objetivo, basados en las respuestas de la encuesta, un 54% de los turistas indica que es una buena idea la creación de un centro de información turística en el distrito de Puerto Viejo enfocado en promover el cantón de Sarapiquí como un destino turístico, este ayudaría al crecimiento del cantón, además, revelan que el cantón es muy rico en su biodiversidad y ayudaría consolidar a Costa Rica como un destino. Manifestando mayores facilidades y conocimiento sobre los atractivos y facilidades con las que cuenta el cantón.

Se concluye que se requiere del centro de información turística para expender el conocimiento de los visitantes con respecto a la oferta turística de Sarapiquí, utilizando un mapa turístico como principal medio de publicidad. La idea del mapa turístico-comercial genera gran satisfacción entre los turistas visitados, debido a que esta sería una mejor forma de contar a sus amigos y familiares sobre los lugares visitados y su experiencia en cada uno de ellos, una forma de poder recomendar la visita de estos al cantón.

El centro de información daría a conocer los atractivos que posee el cantón, las personas que visitan la zona se llevan la idea que el cantón solo ofrece las actividades de rafting, Tours de Chocolate y Canopy. No se les informa sobre las demás actividades que se pueden realizar en el cantón de Sarapiquí, como caminata por bosque, tours nocturnos, visitar parques nacionales, reservas biológicas y mucho menos se les indica sobre las cataratas y reptiles que se pueden observar en éste.

5.1.3 Objetivo específico N° 3

Los turistas que visitan el cantón de Sarapiquí tienen características diversas, sin embargo, la encuesta aplicada permitió identificar el tipo de visitante que en la actualidad podemos observar en el cantón.

Los principales visitantes del cantón están conformados por estadounidenses y canadienses que en su mayoría son estudiantes universitarios, que rondan sus edades entre los 15 y 24 años, permanecen en la zona únicamente una noche. Viajan en grupos desde 4 hasta 30 estudiantes, en programas estructurados. Combinan actividades Culturales con aventura. Viajan en transporte de agencias. Además, adultos que viajan con su familia o amigos y guía de turismo, utilizan el cantón como ruta de paso, buscando actividades de naturaleza y aventura.

Seguidos por los europeos, estos en su mayoría viajan con su familia, realizan tour de un día, buscando actividades relacionadas con la naturaleza, educación y en menor medida aventura. Estos rondan la edad de entre 54 a 65 años. Este grupo organizan por sí mismos el diseño del viaje, (ya sabe que destinos visitara y cuánto tiempo pernotara en cada uno). Este grupo viaja en automóvil rentado generalmente. Quedan muy emocionados con la naturaleza y la cultura. Los nacionales son los de meor medida, realizan tour de un día, por lo general es por una recomendación o simplemente están de paso por el cantón, buscando actividades relacionadas con aventura. Tiene una edad entre los 25 a 44 años. Este grupo viaja en vehículo propio, (carro).

5.1.4 Objetivo específico N° 4

Habiendo realizado un inventario turístico de campo en el cantón de Sarapiquí se obtuvo la materia requerida para la confección del mapa turístico-comercial, haciendo énfasis en todos aquellos atractivos naturales, culturales y de aventura. Los cuales contribuyen a que los futuros turistas visiten y pernoten en el cantón generando la promoción del mismo como destino turístico.

Los principales atractivos turísticos potenciales con los que cuenta el cantón de Sarapiquí son: Tomando en cuenta los atractivos, naturales, culturales y de aventura.

Hospedaje

- o Cinco Ceibas (hospedaje y tours)
- o Hacienda Pozo Azul Adventures
- o Hotel El Bambú
- o Hotel Hacienda Sueño Azul Resort
- o Hotel Selva Verde Lodge

- o Hotel Ara Ambigua
- o Jardines de la Catarata (La Paz Waterfalls Garden)
- o La Quinta Sarapiquí country Inn
- o OET Estación Biológica la Selva
- o Sarapiquí Aguas Bravas (B&b)
- o Tirimbina Rainforest Center

Alimentación

- o Hotel Ara Ambigua
- o Hotel El Bambú
- o Tirimbina Rainforest Center
- o Hacienda Pozo Azul Adventures
- o Hotel Selva Verde Lodge
- o Hotel Hacienda Sueño Azul Resort
- o Cinco Ceibas (hospedaje y tours)
- o Jardines de la Catarata (La Paz Waterfalls Garden)
- o Mi cafecito

Tours

- o Aventuras del Sarapiquí
- o Cinco Ceibas (hospedaje y tours)
- o Tirimbina Rainforest Center
- o Hotel Selva Verde Lodge

- o Hacienda Pozo Azul Adventures (hospedaje y tours)
- o Jardines de la Catarata (La Paz Waterfalls Garden)
- o La Quinta Sarapiquí country Inn
- o Mi cafecito
- o Oasis Nature Tour (tour en bote de motor)
- o OET Estación Biológica la Selva
- o Sarapiquí Outdoors Center (rafting)
- o Sarapiquí Aguas Bravas (tours de aventura)

Atracciones o Actividades

- o Tours de Rafting
- o Tours Familiares en el río Sarapiquí
- o Clínicas de Kayak (todos los niveles)
- o Tours de Rappel
- o Tours de Canopy
- o Cavernas
- o Reservas Biológicas
- o Cataratas
- o Tours a fincas Orgánicas
- o Tours culturales
- o Tour del Chocolate
- o Tours en Carreta con Bueyes

- o Serpentarios
- o Mariposarios
- o Cabalgatas
- o Ranario
- o Parque Nacional
- o Caminatas
- o Teleférico
- o Tour Neumático o Tubing
- o Tours en Canoas
- o Tours en Cuadriciclo
- o Tours del Café
- o Tours en Bicicleta

5.1.5 Objetivo específico N° 5

En base a la investigación de campo se obtuvo la información necesaria para confeccionar el mapa turístico-comercial del cantón de Sarapiquí:

Elementos del mapa turístico

El mapa está dividido en dos grandes partes que son la cara frontal y posterior. La cara posterior contará con un mapa grande, donde se podrán observar las tres principales vías de comunicación, (Vara Blanca, Braulio Carrillo y San Carlos). Además de los principales servicios

como cajeros automáticos, Gasolineras, Clínicas, muelle terminal de bus, estación de bomberos y las diferentes áreas donde se pueden realizar rafting según la clase (I,II,III y IV). También se incluirá en esta carátula datos generales como la cantidad de Hectáreas protegidas por el gobierno y por parte de servicios ambientales.

Al lado izquierdo de esta caratula el mapa contara con la lista de comercios, divididos en alimentación, Hospedaje, actividades o tours y otros Servicios. El mapa cuenta con elementos como: los logos de todas las empresas patrocinadoras que deberían cancelar una cierta cantidad de dinero para poder tener su logo en el mapa.

El aparecer en el mapa tendrá un costo anual y los comercios que desean tener un espacio más relevante en esta misma caratula tendrán un costo aun mayor pero igualmente anual.

La carátula frontal estará dividida en 8 partes, los cuales serán para brindar publicidad de diferentes de los atractivos y servicios que ofrece Sarapiquí. Estas tendrán información aún más detallada del comercio actividades, tours y servicios que ofrece de números de teléfono y página web.

El proyecto está respaldado por la Cámara de Turismo de Sarapiquí, ellos desean poder financiar la totalidad de esta iniciativa. El monto a cancelar a la empresa delegada de realizar el mapa será negociado, esto debido a que se realizaran diferentes canjes con los empresarios del cantón.

Empresas que conformaran el mapa turístico-comercial del cantón de Sarapiquí.

Inventario Turístico del cantón de Sarapiquí:

Nombre del comercio	Número Telefónico	Tipo de establecimiento
Galería Colibríes	8814-1142	Restaurante
Mi Cafecito Coffe Tour	2676-0215	Restaurante
Los Gallitos	2476-0405	Restaurante
Los Aparejos	8442-2252	Restaurante
El Rio	2761-0138	Restaurante
El Chante	2761-0032	Restaurante
Pizzería el Tronco	8762-2229	Restaurante
Pizzería el Tronco	8762-2229	Restaurante
Pizzería Quinchos	2761-0883	Restaurante
Pollo Ranchero	2761-2172	Restaurante
Mar y Tierra	8355-2803	Restaurante
Soda Maréelos	2761-1350	Restaurante
Disco. Pachos	8364-5151	Restaurante
Rustiticos	8877-8928	Restaurante
Magallanes	2761-2080	Restaurante

Los Ranchitos	6218-3779	Restaurante
Finca Surá	8481-9451	Restaurante
El Maguey	2766-7062	Restaurante
La Carreta Típica	2766-5128	Restaurante
Casita Típica	2766-6913	Restaurante
Yacare	8854-3177	Restaurante
Cafetería Maná	8637-7545	Restaurante
Café Avellanas	2766-5880	Restaurante
Pollos la Cabaña	8883-3348	Restaurante
Palmitour	2764-1495	Restaurante
Rancho Robertos	2711-0050	Restaurante
El yugo	2711-0090	Restaurante
Pozo Azul	2761-1616	Hospedaje
Sarapiquí Lodge	2761-1004	Hospedaje
Reserva Biológica Tirimbina	2761-0055	Hospedaje
La Quinta	2222-3344	Hospedaje
Sarapiquí Rainforest Lodge	2766-6949	Hospedaje

Malibú los sueños	2766-7251	Hospedaje
Cabinas los Tabacones	2766-7251	Hospedaje
Ara Ambigua Lodge	2766-7101	Hospedaje
Posada Andrea Cristina	2766-5274	Hospedaje
Hotel Bambú	2766-6005	Hospedaje
Cabinas La Abuelita Típica	2766-6316	Hospedaje
Cabinas Laura	2766-6316	Hospedaje
Cabinas Roye	8683-8107	Hospedaje
Gavilán Lodge	2766-7131	Hospedaje
OET	2766-6565	Hospedaje
Cabinas el Cedro	2766-6565	Hospedaje
Heliconia Island Lodge	2764-5220	Hospedaje
Sueño Azul Lodge	2764-1000	Hospedaje
Rara Avis	2764-1111	Hospedaje
Reserva Yatama	7015-1121	Hospedaje
Mirador Prendas	2200-3287	Hospedaje
Sunsun Lodge	2764-7249	Hospedaje

La Isla Lodge	2764-2576	Hospedaje
Finca Lodge A.Otoya	8721-3592	Tours
SOC (Rafting)	2761-1123	Tours
Dave and Dave (Bird Watching)	2761-0801	Tours
Snake Garden	2761-1059	Tours
Cinco Ceibas	2476-0606	Tours
Pineapple Tours	8556-8866	Tours
Desafio Adventure	2479-0020	Tours
Rainforest Black Papper	8420-8970	Tours
Aguas Bravas (Rafting)	2761-1645	Tours
Aventuras del Sarapiquí	2766-6768	Tours
Cr Best Chocolate	8816-3729	Tours
Sarapiquí Tours	8836-4134	Tours
Green Rivers (Rafting)	2766-5274	Tours
Oasis Tours (Boat Tours)	2766-6108	Tours
Souvenirs Sarapiquí	2766-6727	Tours

AECOTUCO (Reserva)	8699-4072	Tours
Pierellas (Butlerfly Garden)	8560-6504	Tours
Frogs Heaven	8891-85-89	Tours
Rain Forest Adventures (Teleferic)	8759-8726	Tours
Wilson Hoser Back Riding	5001-1110	Tours
Refugio Isla Verde	8339-3979	Servicios
JSM (Gas Station)	2222-0610	Servicios
Caribeños (Bus Station)	2222-0610	Servicios
Mesoamerican Rescue Center	8420-81467	Servicios
It Service	2766-7000	Servicios
CECOS	2761-2082	Servicios

Fuente: Propia

La creación de un mapa turístico ateniense que contenga información correspondiente del turismo y al comercio presente en la zona es un punto alto por valorar, ya que siempre es de gran importancia que los cantones, por más pequeños que sean, cuenten con mapas de este estilo. Este mapa complementaría de cierta manera a la oficina haciéndola más competitiva.

5.1.6 Objetivo específico N° 6

Se propone el centro de información turístico tomando en cuenta que la Cámara de Turismo de Sarapiquí cuenta con una oficina totalmente equipada, lista para ser utilizada, cuenta con los servicios adecuados, unas buenas proporciones en cuanto a dimensiones.

Su inversión inicial sería el realizar la rotulación de la oficina, banner del canton y el mapa turístico comercial.

Por lo general, una oficina de información turística se encarga de divulgar y ofrecer información de clase turístico-comercial al público en general y la que se plantea, en esta propuesta, se apeg a esa razón de ser al ofrecer datos como la localización de atractivos turísticos, mapa turístico, la biodiversidad que identifica al cantón, entre otras. En la oficina estará planteada para realizar, también, actividades de gestión turística al incorporar un Departamento de Investigación y apoyo a los empresarios que sería muy importante en la recolección y actualización de datos, así como la fabricación de informes.

5.2 Recomendaciones

5.2.1 Objetivo específico N° 1

El cantón de Sarapiquí debe seleccionar cuales de sus atractivos en la actualidad cuentan con renombre internacional para afianzar el cantón de Sarapiquí como un destino turístico. Un ejemplo es: La Estación Biológica de La Selva es reconocida como un lugar de relevancia mundial para la investigación del bosque tropical. Es importante resaltar la atención brindada por los funcionarios de los diferentes centros turísticos del cantón, (encuesta). Se debe de reforzar e incentivar al personal de atención al público para que continúen con estos servicios siempre en

pro de mejorar y lograr la satisfacción del cliente. Sarapiquí en el año 2018 fue uno de los dos cantones que logro obtener el Certificado de Sostenibilidad otorgado por el ICT. Pero este certificado quedo en el pasado tras ser revelado por diferente medio de comunicación, el Cantón no aprovecho he invito a los oyentes a visitar Sarapiquí. El realizar una campaña en la que se incentive al público a visitar uno de los dos cantones del país recientemente premiado por el ICT condicho certificado.

Sarapiquí debe estudiar el mercado que lo está visitando y basado en ello mejorar su oferta gastronómica y sus servicios hoteleros. La comodidad en este mundo globalizado se ha vuelto una prioridad.

El cantón de Sarapiquí y las autoridades correspondientes deben volver su mirada a los principales problemas que enfrentan, y una de estas son las inundaciones ocasionadas por las épocas lluviosas, los altos mandos deben enfatizar en la necesidad de crear un plan regulador que permita realizar mejoras y prevenir estos desastres naturales.

5.2.2 Objetivo específico N° 2

El Centro de Información turística debe apoyar tanto al turista extranjero como nacional, brindado a esta diferenciación de precios y sobretodo una igualdad en el servicio. La persona encargada de brindar dicha información debe promover las facilidades e información que el cliente esta solicitante sin tener que esperan gran cantidad de tiempo para obtenerla. Siempre incentivando los diferentes atractivos del cantón de Sarapiquí.

Los datos brindados por el centro de Información deben ser 100% veraz y confiable, brindando la mejor opción al cliente según el segmento de mercado que se esté atendiendo.

5.2.3 Objetivo específico N° 3

El centro de información turística debería de comenzar incluyendo los empresarios del cantón, de Sarapiquí, formando alianzas que permitan crear y publicitar un paquete turístico competitivo, según el tipo de turista que visita en mayor proporción el cantón. Ejemplo: crean un paquete que permita ser publicitado en Estados Unidos y Canadá dirigido a universitarios.

El turista nacional necesita ser incentivado a visitar el cantón de Sarapiquí, con diferentes actividades deportivas. Una recreativa que podría realizarse con el apoyo de la municipalidad de Sarapiquí ejemplo.

Los europeos vienen aumentando su visitación a Sarapiquí, extrañados por la exuberante vegetación y aún más por la fauna que rodea el cantón. Se requiere de mayor promoción internacional con respecto al avistamiento de aves que se puede obtener en el cantón de Sarapiquí en un solo día.

5.2.4 Objetivo específico N° 4

Los principales atractivos turísticos potenciales con los que cuenta el cantón de Sarapiquí son: Tomando en cuenta los atractivos, naturales, culturales y de aventura.

Los principales atractivos de la región lo constituyen la existencia del “bosque lluvioso” su biodiversidad inherente, y el río Sarapiquí, muy apreciado para la práctica de deportes acuáticos de aventura, y la navegación. Dejando notoriamente a la vista que la protección de estos recursos es necesaria para la economía y actividad Turística del cantón. La región presenta gran diversidad de fauna y flora.” Su rica avifauna se ve representada en alrededor de 515 especies entre aves residentes y aves migratorias, un día en Sarapiquí es posible observar de 50 a 80 especies diferentes de aves”. Según entrevista realizada. La protección de animales y

reforestación de fincas generan mayores y mejores hábitat para la rehabilitación de diferentes especies.

Dentro de las actividades más realizadas en el cantón de Sarapiquí según la entrevista y encuesta predomina el Rafting, en clase III. Seguido por el tour de chocolate y avistamiento de aves. Organizar una mayor publicidad para estas actividades incentivaría el crecimiento de los diferentes atractivos turísticos naturales, culturales y de aventura.

5.2.5 Objetivo específico N° 5

Sería muy importante que el gobierno local se dedique a incitar y dar opciones más sencillas a los hoteles locales para que entreguen el respectivo papeleo y así registrarse, lo que representa una mayor facilidad para llevar conteo del total disponible y poder incluirlos en un futuro mapa informativo turístico-comercial.

Al no estar registrados ante el ICT ni con la respectiva patente que otorga el municipio muchos de ellos no pueden ser contabilizados para efectos municipales, ya que el municipio ateniense, como explica en su plan desarrollo, no puede llevar cuenta de comercios o comerciantes sin patente o sin registro. Para efectos de esta propuesta fueron debidamente incorporados porque realmente forman parte del patrimonio Ateniense, pero para efectos estadísticos gubernamentales no pueden ser incluidos, lo que provoca inconvenientes al determinar la verdadera cantidad presente. Si bien es cierto que Sarapiquí, comercialmente, es interesante, al presentar, al menos, una entidad de cada clase de comercio, su potencial podría ser mayor y aún más atractivo. Esto debe a una tardía reacción de la municipalidad como gobierno y de CATUSA como ente regulador del comercio que apenas incita al comercio externo

a ampliar sus horizontes en Sarapiquí. Estos esfuerzos deben mejorar, día con día, para así conseguir mayor desarrollo comercial.

Una opción sería minimizar o agilizar, de la mayor manera posible, los procesos burocráticos que, en la mayoría de los casos, se tornan lentos y desvían la atención hacia otros cantones con mayores facilidades.

El cantón tiene una gran necesidad de crear un mapa turístico informativo, solución que se ofrece en esta propuesta. El mapa al contar con información básica de los comercios y atractivos turísticos afiliados se transforma en una gran ayuda para el ciudadano, por lo que sería conveniente destinar parte del presupuesto del que dispone la Cámara de Turismo de Sarapiquí para la promoción y divulgación de un mapa turístico completamente gratuito. El contar con un mapa turístico bien graficado y detallado es como tener a la mano un instrumento tecnológico de gran calidad, como una tableta electrónica, por ejemplo.

Para la creación de un mapa turístico y poder mantener una oficina de información se necesita de un presupuesto previamente destinado a esos fines, por lo que es recomendable que la municipalidad desarrolle este rubro. El dinero necesario puede salir de un aumento justo por los nuevos servicios, vale mencionar que para las empresas afiliadas lejos de significar un inconveniente pasaría a ser un buen motivo para afiliarse, ya que en el mapa existe una sección que corresponde a las promociones que ofrecen los afiliados y, de igual manera, la oficina funcionaría como una agencia de viajes, al dar información sobre descuentos disponibles en hoteles o comercios.

Por último se propone el incluir cupones que permitan dar a conocer las promociones según las diferentes temporadas turísticas del cantón de Sarapiquí. Logrando brindar mayor información a los turistas sobre las ofertas que podría aprovechar en el cantón.

5.2.6 Objetivo específico N° 6

Al igual que Sarapiquí, muchos de los cantones del país demuestran la necesidad latente de instalar una oficina de información turística. Esta parece ser la solución para cubrir la necesidad de información que, en muchas ocasiones, suelen tener los turistas e inclusive los mismos habitantes del Cantón.

Turísticamente, el único ente que funciona como regulador es CATUSA y es, por lo tanto, el encargado de dar promoción al cantón, lo que significa que debería realizar mayores esfuerzos en lograr que todos los comercios de Sarapiquí estén afiliados.

CATUSA debe ser enfático a la hora de dar los beneficios a sus afiliados, pero parece que este es el verdadero problema, se ofrecen ayudas, pero no son apreciables para los afiliados, que si bien no tienen muchas razones para seguir con su afiliación lo hacen por la razón de ayudar al cantón, pasando a ser más que nada un patrocinio para que la Cámara de Turismo de Sarapiquí pueda continuar con sus labores independientes.

Al igual que Sarapiquí, muchos de los cantones del país demuestran la necesidad latente de instalar una oficina de información turística. Esta parece ser la solución para cubrir la necesidad de información que, en muchas ocasiones, suelen tener los turistas e inclusive los mismos habitantes de la región.

Bibliografía

- Acerenza, Miguel Ángel. (1997) Administración del Turismo (Vol. 1), Conceptualización y Organización.
- Cárdenas Tabares, Fabio. (1994) Proyectos turísticos, Localización e inversión.
- Chinchilla, E. (1987) Atlas Cantonal, San José: IFAM
- Diccionario de la lengua española, real academia española, (2001).
- Esparcía, J, Noguera Tur, J Dolores y Pitarch, M. (2009). Gestión y promoción del desarrollo local, España Publicaciones de la Universidad Valencia. España.
- Hernández Díaz, Edgar. (1992) Planificación Turística, Un enfoque metodológico.
- Herrera, A. (2001) Descripción del Sitio Arqueológico SarapiquíS. Costa Rica, Landscape Foundation Belgium.
- Jiménez, M (2000). Información General del Cantón Sarapiquí. Universidad Nacional. Facultad de Ciencias Sociales. Costa Rica Convenio UNA-REGINA-ULS.
- Molina E, Sergio. (1998) Turismo y Ecología. Plan Nacional de Turismo Sostenible de Costa Rica 2010-2016, ICT
- Pazos, E, y Gutiérrez, F. (2011) Manual para el curso de métodos de investigación
- Quesada Castro, Renato. (2008) Elementos del Turismo.
- Quesada Castro, Renato. (2010) Elementos del turismo, Teoría, Clasificación y actividad.
- Saavedra; Durandal, C, Durán, o. E. (2004). Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca DR. Fundación. María Teresa Lema PIEB.

Webgrafía

Erick Carvajal Mora, en la página www.diarioextra.com, Diario Extra, viernes 18 de setiembre 2015

Coopesarapiquí R.L, www.coopesarapiqui.com, no indica fecha de creación.

Visitando Costa Rica www.visitcostarica.com, no indica fecha de creación

www.waterfallgardens.com, Página oficial de la empresa Jardines de la Catarata, S.A

www.pozoazul.com, Página oficial de la empresa Jardines de la Catarata, S.A

www.tirimbina.org, Página oficial de la empresa Jardines de la Catarata, S.A

www.inder.go.cr/territorios_inder/region_huetar_norte/caracterizaciones/Caracterizacion%20Territorio%20Sarapiqui.pdf

<http://unql.or.cr/municipalidades/municipalidad-de-sarapiqui>

https://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad_en_prensa).

<https://laregion.cr>

ecoturismopoas.org, Cámara de Turismo entre Lagunas y Bosques, pinceladas históricas, Distrito Sarapiquí Alajuela, Vulnerabilidad del distrito ante desastres naturales, no indica fecha de creación. s/f

Anexos

Anexos A.

Figuras alusivas al Cantón de Sarapiquí y el propósito de incrementar el turismo nacional y extranjero.

Figura N° 1.



Fuente: Creación Propia

Figura N° 2



Fuente: Creación Propia

Figura N° 3



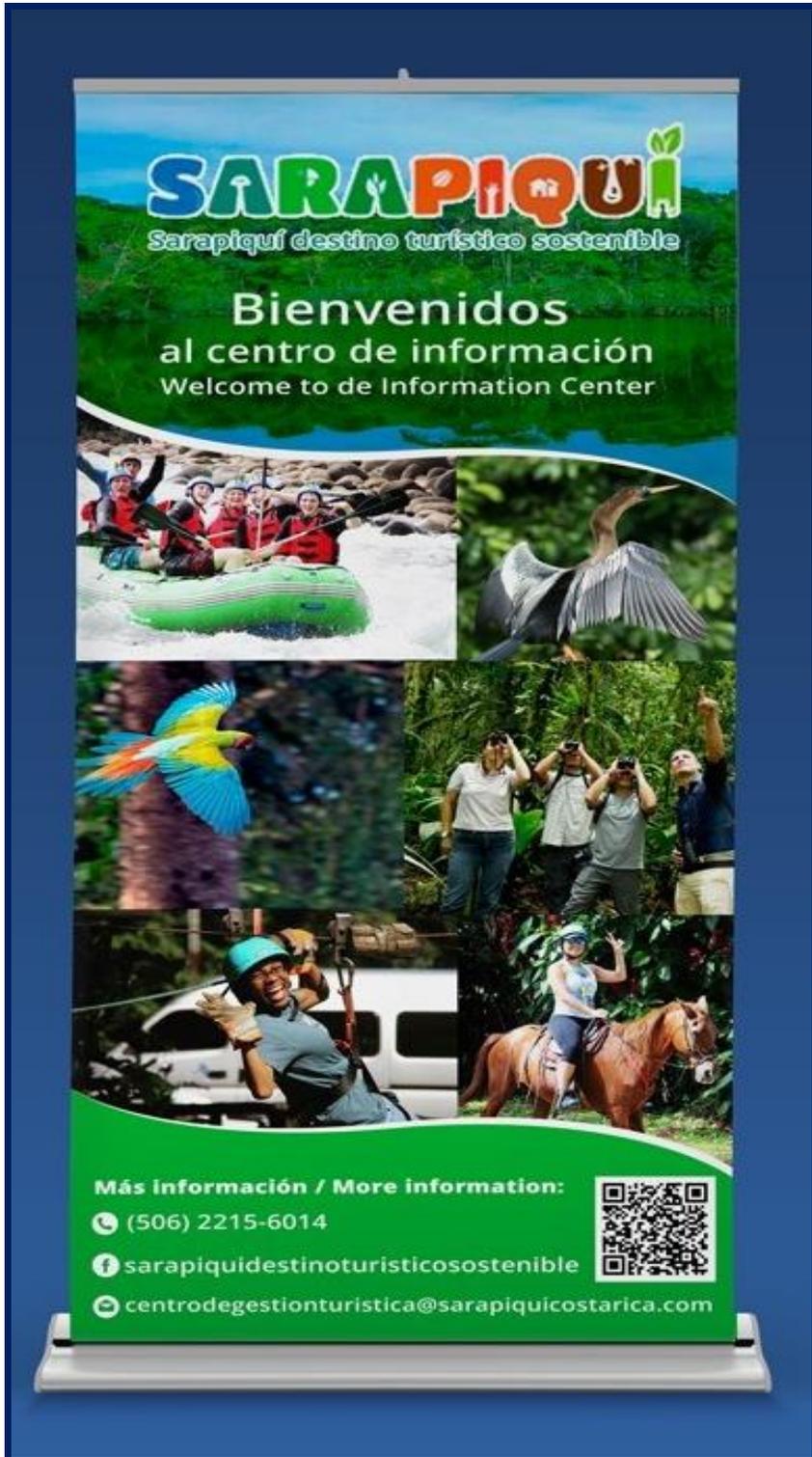
Fuente: Creación Propia

Figura N° 4



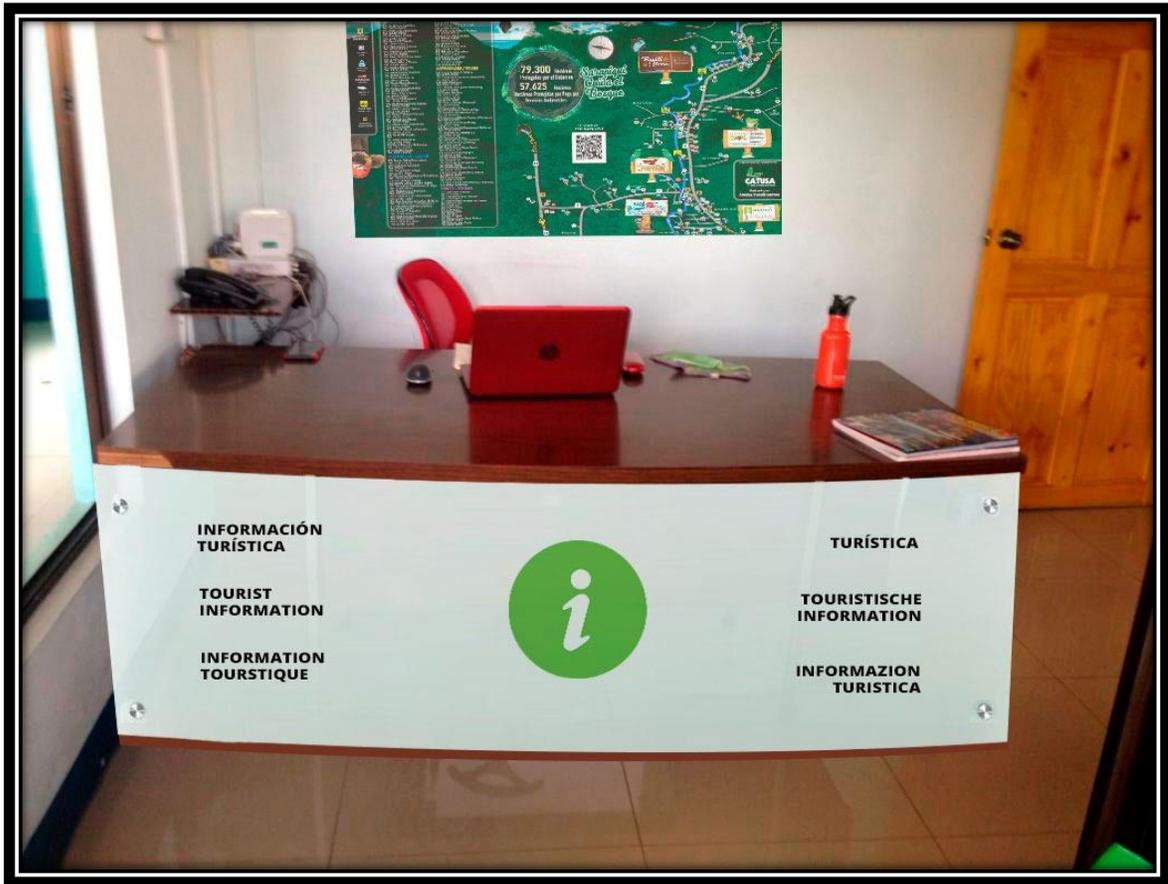
Fuente: Creación Propia

Figura N° 5



Fuente: Creación Propia

Figura N°6



Fuente: Creación Propia

FIGURA N° 7



Fuente: Creación Propia



Servicios Gráficos del Valle S. A.

Cédula Jurídica: 3-101-352129

Teléfonos: 2282-3246 • 2282-5770

Pozos, Santa Ana, San José - Costa Rica

E-mail: graficosdelvalle@racsa.co.cr

ventasgraficosdelvalle@ice.co.cr



Fecha: 12 de Marzo de 2019

Compañía: SARAPIQUI

Contacto: Angélica Alvarado

Teléfono: 506-2215-6014

E-mail: Angélica Alvarado Espinoza <angelicalvarado94@hotmail.com>

COTIZACION

Cantidad	Descripción	Precio
3500	Brochurs trípticos impresos en full color sobre papel couche tiro y retiro	₡ 347.972.00
1	Banners impresos en full color con medidas de 1.80x0.85 completo con base	₡ 58.000.00
1	Precinta de 1.30x0.40 con pedestal para mesa	₡ 38.000.00
1	Rotulación de ventana impresion full color 3.50x0.30	₡ 310.515.00

Observaciones:

Solicitado por: Angelica Alvarado

Tiempo de Entrega: 12 días hábiles

Validez de la Oferta: 15 días

Forma de Pago: 50%

Sub-Total: ₡ 754.487.00

Impuesto de Venta: ₡ 98.083.31

Exento:

Total a Pagar: ₡ 852.570.30

¡Permítanos darle una buena impresión!



www.graficosdelvalle.com