

Instituto Tecnológico de Costa Rica

Escuela de Ciencias Sociales

Asesoría para la mejora en la operación y servicio al cliente de la finca Villa de Luz en
Santa Teresita de Turrialba, durante el segundo semestre del 2019

Bachillerato en Gestión del Turismo Sostenible

Astrid Rodríguez Mejía

Karla Aguilar Redondo

Cartago Noviembre, 2019



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Resumen

En el presente proyecto, el turismo rural es uno de los enfoques teóricos más destacados, ya que es la zona de incidencia donde se localiza el emprendimiento en estudio. El objetivo del mismo, se orientó en asesorar a los dueños de la finca Villa de Luz, a través de recomendaciones para mejorar y gestionar el servicio al cliente y la operación de la empresa de una manera eficaz y de buena calidad. Para ello se utilizaron los formularios de categorización de la declaratoria turística que brinda el ICT para actividades temáticas. Para llevar a cabo esta asesoría se realizó una investigación cualitativa, de tipo exploratorio. El proyecto estuvo dividido en tres etapas en las que se hicieron tres visitas al lugar para la recolección de la información implementando la observación participante, el cuestionario, la entrevista semi estructurada como fuentes primarias y el análisis documental como fuentes secundarias, con el fin de mejorar la gestión del emprendimiento y potenciar el producto turístico de la Finca Villa de Luz.

Abstract

In this project, rural tourism is one of the most outstanding theoretical approaches, since it is the area of incidence where the enterprise under study is located. Its objective was to advise the owners of the Villa de Luz farm, through recommendations to improve and manage customer service and the operation of the company in an efficient and good quality manner. For this, the categorization forms of the tourist declaration provided by the ICT for thematic activities were used. In order to carry out this consultancy, a qualitative investigation was carried out, of exploratory type. The project was divided into three stages in which three visits were made to the site for the collection of information by implementing the participant observation, the questionnaire, the semi-structured interview as primary sources and the documentary analysis as secondary sources in order to improve the Entrepreneurship management and enhance the tourism product of the Villa de Luz Estate.

Carta de entendimiento

Fecha 21 de noviembre 2019

Señores

Instituto Tecnológico de Costa Rica

Biblioteca José Figueres Ferrer

Yo Karla Aguilar Redondo carné 2018319205, si autorizo al Sistema de Bibliotecas del Tecnológico de Costa Rica (SIBITEC), disponer del Trabajo Final de graduación, del cual soy autor, para optar por el grado de Bachillerato, en la carrera de Gestión del Turismo Sostenible, presentado en la fecha 21 de noviembre 2019, con el título Asesoría para la mejora en la operación y servicio al cliente de la finca Villa de Luz en Santa Teresita de Turrialba, durante el segundo semestre del 2019.

Para ser ubicado en el Repositorio Institucional y Catálogo SIBITEC, con el objetivo de ser visualizado a través de la red Internet.

Correo electrónico: kiar131196@gmail.com

Firma del estudiante



Cédula 304980479

Carta de entendimiento

Fecha 21 de noviembre 2019

Señores

Instituto Tecnológico de Costa Rica

Biblioteca José Figueres Ferrer

Yo Astrid Rodríguez Mejía carné 2018319213, si autorizo al Sistema de Bibliotecas del Tecnológico de Costa Rica (SIBITEC), disponer del Trabajo Final de graduación, del cual soy autor, para optar por el grado de Bachillerato, en la carrera de Gestión del Turismo Sostenible, presentado en la fecha 21 de noviembre 2019, con el título Asesoría para la mejora en la operación y servicio al cliente de la finca Villa de Luz en Santa Teresita de Turrialba, durante el segundo semestre del 2019.

Para ser ubicado en el Repositorio Institucional y Catálogo SIBITEC, con el objetivo de ser visualizado a través de la red Internet.

Correo electrónico: astrid18mejia@gmail.com

Firma del estudiante

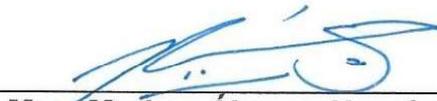


Cédula 304910185

**Instituto Tecnológico de Costa Rica
Campus Tecnológico Central
Escuela de Ciencias Sociales**

Las estudiantes Karla Inés Aguilar Redondo y Astrid de los Ángeles Rodríguez Mejía han presentado el Informe de Práctica de Especialidad ante el tribunal examinador como requisito para optar por el título de Gestora en Gestión del Turismo Sostenible con el grado académico de Bachiller Universitario del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Miembros del Tribunal Examinador



Msc. Mariam Álvarez Hernández
Coordinadora de carrera
Bachillerato de Gestión del Turismo Sostenible
Escuela de Ciencias Sociales

TEC | Tecnológico
de Costa Rica
Gestión de
Turismo Sostenible



Lic. Jorge Isaac Ortiz Álvarez
Tutor de Práctica de Especialidad
Escuela de Ciencias Sociales



Lic. Javier Murillo Solís
Lector
Escuela de Ciencias Sociales

Los miembros de este Tribunal dan fe pública que el presente Informe de Práctica de Especialidad ha sido aprobado y cumple con las normas establecidas por el Instituto Tecnológico de Costa Rica, la Escuela de Ciencias Sociales y del programa académico Gestión del Turismo Sostenible.

21 de noviembre de 2019, Cartago, Costa Rica.

Índice General

Acrónimos.....	1
ASESORAMIENTO EN GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE.....	2
I. ANTECEDENTES	2
a. Breve descripción del proyecto:	2
b. Ubicación:	2
c. Origen e importancia del proyecto:	3
d. Problema, necesidad o situación que justifica el asesoramiento:.....	5
e. Proponente.....	6
II. DIAGNÓSTICO DE LA REALIDAD EN QUE SE DESARROLLARA EL PROYECTO	6
b. Aspectos o temas en que se basará el asesoramiento	8
b.1. Condiciones existentes necesarias para el proyecto.....	9
b.2. Expectativas de los interesados en el proyecto	9
b.3. Limitaciones	10
III. PROGRAMACIÓN DEL ASESORAMIENTO.....	10
a. Objetivos.....	10
General.....	10
Específicos.....	11
b. Contenidos.....	11
c. Referente conceptual	11
<i>Turismo sostenible</i>	12
<i>Turismo Rural</i>	12
<i>Agroturismo</i>	13
<i>Producto turístico</i>	14
<i>Gestión turística</i>	14
<i>Actividad temática</i>	15
c.1. Teorías, enfoque y autores que darán sustento al proyecto	16
<i>Turismo rural</i>	16

<i>Agroturismo</i>	17
<i>Planificación turística</i>	18
<i>Calidad de servicio al cliente</i>	19
<i>Declaratoria turística</i>	20
c.2. Estado del arte, investigaciones recientes y sus resultados con relación a los temas del proyecto	21
<i>Internacional</i>	21
<i>Nacional</i>	23
<i>Instituto Costarricense de Turismo</i>	24
<i>Instituto Tecnológico de Costa Rica</i>	24
<i>Municipalidad</i>	26
d. Metodología	28
Enfoque de la Investigación	28
Tipo de investigación.....	28
Fuentes de información	28
Sujetos de información	29
d.1. Estrategia a utilizar.....	30
d.2. Procedimientos y técnicas	30
<i>Observación participante</i>	30
<i>Entrevista semiestructurada</i>	30
<i>Cuestionario</i>	31
Finalidad de la investigación	33
d.3. Presupuesto y financiamiento.....	33
e. Evaluación	33
e.1. Aspectos para evaluar	34
e.2. Técnicas e instrumentos de evaluación.....	34
Etapa I.....	34
<i>Resultado análisis documental</i>	35
<i>Resultados Entrevista etapa I</i>	35
<i>Resultados observación participante etapa I</i>	38
<i>Resultados del Cuestionario etapa I</i>	40

Etapa II	43
Etapa III	46
<i>Resultados de cuestionario etapa III</i>	48
f. Conclusiones.....	50
g. Recomendaciones	52
<i>Recomendaciones a corto plazo para la operación</i>	52
<i>Recomendaciones a corto plazo para el servicio al cliente</i>	53
<i>Recomendaciones a mediano plazo para la operación</i>	53
<i>Recomendaciones a mediano plazo servicio al cliente</i>	54
<i>Recomendaciones a largo plazo para la operación</i>	54
<i>Recomendaciones a largo plazo servicio al cliente</i>	55
Referencias bibliográficas y electrónicas.....	56

Índice de Tablas

Tabla 1: Fuentes de información.....	29
Tabla 2: Cómo utilizar las técnicas de recolección de información de fuentes primarias	32
Tabla 3: Procesos de las fuentes secundarias	32
Tabla 4: Costos del proyecto.....	33
Tabla 5: Análisis documental etapa I.....	35
Tabla 6: Resultados Entrevista Semiestructurada etapa I	36
Tabla 7: Análisis de resultado de entrevista semiestructurada etapa I.....	37
Tabla 8: Resultados de observación participante etapa I	38
Tabla 9: Análisis de resultados de la observación participante etapa I.....	39
Tabla 10: Resultados de cuestionario etapa I.....	41
Tabla 11: Análisis de resultados de cuestionario etapa I	42
Tabla 12: Resultados de entrevista etapa II	43
Tabla 13: Análisis de resultados de entrevista etapa II.....	45
Tabla 14: Resultados de observación participante, etapa III.....	46
Tabla 15: Análisis de resultados de observación participante	47
Tabla 16: Resultados de cuestionario etapa III	48
Tabla 17: Análisis de resultados de cuestionario etapa III.....	49

Índice de Anexos

Anexo 1: Manual de categorización de actividades temáticas, declaratoria turística del ICT (cuestionario)	62
Anexo 2: Herramienta tecnológica GESTUR.....	70
Apéndice A: Entrevista semiestructurada etapa I	74
Apéndice B: Entrevista aplicada el 10 de octubre en el segundo trabajo de campo en finca Villa de Luz etapa II	74
Apéndice C: Rúbrica para la aplicación de la observación participante	76

Índice de figuras

Figura 1: Mapa del cantón de Turrialba.....	3
Figura 2: Planta de producción de queso, Finca Villa de Luz	4
Figura 3: Volcán Turrialba.....	7
Figura 4: Producción de leche y queso	8
Figura 5: Cultivos orgánicos en la finca Villa de Luz	14
Figura 6 : Experiencia vivencial, ordeño.	15
Figura 7: Animales de granja.....	17
Figura 8: Tour del queso	20
Figura 9: Producción de queso artesanal.....	27
Figura 10: Dueños de la finca Villa de Luz	29
Figura 11: Entrevista en Finca Villa de Luz	31

Acrónimos

CCP: Dueña de Finca Villa Luz

GTS: Gestión del Turismo Sostenible

ICT: Instituto Costarricense de Turismo

ITCR: Instituto Tecnológico de Costa Rica

IICA: el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

INTA: El Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria

MAG: Ministerio de Agricultura y Ganadería

RCP: Reanimación cardiopulmonar

SINAC: Sistema Nacional de Áreas de Conservación de Costa Rica

SMG: Dueño de Finca Villa de Luz

UGROSANTA: Unión de Grupos Organizados de Santa Cruz

UNA: Universidad Nacional de Costa Rica

ASESORAMIENTO EN GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE

Título del proyecto: Asesoría para la mejora en la operación y servicio al cliente de la finca Villa de Luz en Santa Teresita de Turrialba, durante el segundo semestre del 2019.

I. ANTECEDENTES

A continuación, se abordarán las principales características que posee la finca Villa de Luz. Se adentrará en temas como los orígenes y acciones que se han realizado desde el inicio del proyecto, además de la importancia del mismo.

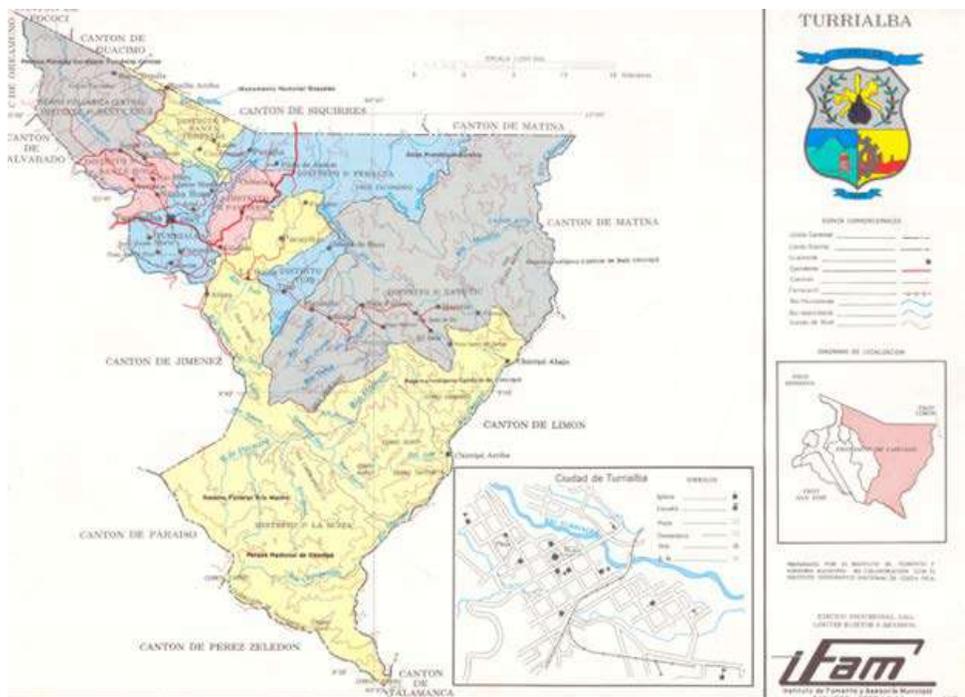
a. Breve descripción del proyecto:

La Finca Villa de Luz, se encuentra ubicada en el distrito de Santa Teresita de Turrialba. Este es un emprendimiento familiar donde los dueños, se encargan de cuidar animales de granja y de producir queso de forma artesanal y mecánica. Además, realizan otras actividades cotidianas como la recolección de la boñiga de las vacas para el biodigestor, fabricación de abonos orgánicos, compost entre otros. El proceso de producción del queso es la actividad principal de la finca. Esta, ha sido aprovechada para brindar un tour a las personas que los visitan, donde tienen la oportunidad de ordeñar manualmente, visitar los pastizales y elaborar el queso. En el año 2015, se decidió aprovechar el potencial de la finca a nivel de turismo, al ofrecer una experiencia vivencial y cultural. Para lograr consolidar su oferta turística, se necesita mejorar algunos aspectos a nivel de costos, calidad, infraestructura, servicio, permisos y manuales.

b. Ubicación:

La finca Villa de Luz, se encuentra en la provincia de Cartago, en el Valle Central de Costa Rica. Esta provincia está conformada por 8 cantones, los cuales son: Cartago, Paraíso, La Unión, Jiménez, Alvarado, Oreamuno, El Guarco y Turrialba (Guías de Costa Rica, 2019), a este último pertenece la finca. Específicamente al distrito de Santa Teresita, a 1.5 km al norte del Monumento Nacional Guayabo.

Figura 1: Mapa del cantón de Turrialba



Fuente: (Atlas cantonal de Costa Rica, Turrialba. s.f)

c. Origen e importancia del proyecto:

La comunidad de Santa Teresita de Turrialba se caracteriza por la presencia de fincas lecheras donde se da la elaboración y producción de queso. En el 2010, fue creada la Asociación de UGROSANTA para la recuperación de la feria del queso. De esta manera, se fueron desarrollando otras actividades entre ellas el turismo. Por lo tanto, la Asociación ahora cuenta con varios emprendimientos relacionados al área de turismo.

En el 2016, El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) da financiamiento al proyecto Removiendo Barreras del SINAC. Ese mismo año, se integra la UNA al proyecto, desarrollando un diagnóstico a nivel de desarrollo de proyectos productivos por parte de la Escuela de planificación y promoción social. Para el 2017, se planifican tres rutas turísticas, donde trabajan en conjunto con UGROSANTA, el SINAC, el Ministerio de cultura y juventud y la UNA.

Ya, a finales del 2018, el SINAC, contacta al ITCR, por medio de la coordinación de la carrera de Gestión del Turismo Sostenible para que formara parte del proceso del proyecto. Se expresó que se necesitaba colaboración en los temas como el fortalecimiento en la planificación y gestión turística, aspectos como operación y servicio al cliente (procesos de la rutas, cómo y dónde llevar al grupo de turistas), y posibles metas a mediano y largo plazo.

A partir del primer semestre del 2019, se realizan talleres a UGROSANTA con el fin de mostrarles a los miembros de la Asociación temas como: tipos de turismo, tipos de turistas entre otros. Estos talleres han sido planeados y aplicados por estudiantes de GTS. Para el segundo semestre del 2019, se pretendía trabajar directamente con la junta de UGROSANTA, pero por cuestiones de desorganización por parte de la misma, el proyecto no se llevó a cabo.

A partir de esa situación, se decidió trabajar con uno de los miembros de UGROSANTA, emprendimiento que tuvo mayor disposición y tiempo. Este emprendimiento es finca Villa de Luz, ubicada en Guayabo. Por otro lado, la finca se encuentra cercana al Monumento Nacional Guayabo, el cual es muy importante nivel cultural e histórico, es un referente importante del lugar.

Figura 2: Planta de producción de queso, Finca Villa de Luz



Fuente: (Guerrero, 2019)

La presente asesoría, conlleva al desarrollo de la finca Villa de Luz de manera más sostenible y eficaz por medio del turismo. De tal forma que les brinde beneficios a mediano y largo plazo, ya que se dará información detallada de cómo debe gestionar el producto en términos de calidad en el servicio al cliente y operación, por medio de los requerimientos que solicita la Declaratoria Turística para actividades temáticas.

De esta manera, el emprendimiento, estaría respaldado por un certificado del ICT que les brinda formalidad y diversos beneficios, por lo que se convertiría en un modelo para toda la comunidad de Santa Teresita y Santa Cruz. Aquí radica la principal importancia del proyecto, la de consolidar a la finca como un producto turístico dentro del marco de la legalidad, generar beneficio económico a las personas que lo gestionan, respetando la naturaleza del entorno y además como un extra agilizar el trabajo de los gestores turísticos por medio de una aplicación tecnológica que será generada por un grupo de estudiantes de Ingeniería en Computación del ITCR, que permitirá reducir el tiempo en el cumplimiento de requisitos que se solicitan en el ICT.

d. Problema, necesidad o situación que justifica el asesoramiento:

El asesoramiento es una práctica que consiste en brindar conocimiento en algún tema. Generalmente este respaldo compromete temas de gran relevancia que requieren un conocimiento técnico muy específico. El asesoramiento también puede tener su ejercicio dentro del ámbito privado, situación también relativa a temas puntuales y que son decisivos para distintos negocios o la resolución de problemas relevantes. Se suele buscar facilitar el acceso del asesorado a ese conocimiento, haciéndolo simplifícadamente comprensible y funcional a sus anhelos y aspiraciones (Editorial Definición MX, 2014).

Concordando con la definición anterior y mediante las visitas realizadas al lugar, se determinó que los principales aspectos en los que debe asesorarse a la finca Villa de Luz son el servicio al cliente y operación. Ya que, el proyecto al encontrarse en una etapa inicial carece de ciertas condiciones que permiten el funcionamiento óptimo. Si bien es cierto, los dueños del proyecto conocen muy bien los procedimientos cotidianos de la finca, es una

gestión empírica que necesita tener respaldo por medio de manuales, patentes, estandarización de los procedimientos, infraestructura óptima, entre otros, que permita un excelente servicio al cliente.

A partir de las debilidades encontradas, se pretende generar recomendaciones para la mejora en la gestión turística. De tal manera que, se tome como base los requisitos la declaratoria turística en la modalidad de actividad temática. Para ello se ha planteado la siguiente pregunta: ¿cuáles son los componentes en servicio al cliente y operación, según la categoría de actividad temática de la declaratoria turística que se deben mejorar en la finca Villa de Luz en Santa Teresita de Turrialba de julio-diciembre 2019?

e. Proponente

Las proponentes del proyecto son Karla Aguilar Redondo y Astrid Rodríguez Mejía, estudiantes de la carrera de Bachillerato de Gestión del Turismo Sostenible del ITCR. En conjunto con estudiantes de Planificación social y económica de la UNA. Los cuales responden a la necesidad mostrada por el SINAC, de trabajar en la zona. Esta asesoría se dará en el segundo semestre del 2019, aproximadamente desde de julio hasta noviembre.

II. DIAGNÓSTICO DE LA REALIDAD EN QUE SE DESARROLLARA EL PROYECTO

Según el Plan de gobierno de Cartago 2016- 2020, los indicadores muestran que esta provincia en el ámbito social y de desarrollo está bien calificado a nivel nacional. En este lugar se desarrollan actividades económicas como agricultura, ganadería y se desarrollan las zonas industriales.

El cantón de Turrialba cuenta con 12 distritos. En su territorio se cuenta con gran variedad de ecosistemas, climas, tipos de bosques y zonas geográficas, muchas de ellas bajo algún sistema de protección por parte del Estado e incluso privadas. Según el plan de gobierno de Turrialba 2016-2020 (p.7), la actividad económica de mayor importancia en este cantón se encuentra en el sector terciario, es decir, el conjunto de actividades de servicios, como:

comercio, hotelería, restaurantes, transportes, servicios financieros y administración pública, salud, enseñanza y servicios comunitarios.

Figura 3: Volcán Turrialba



Fuente: (Rodríguez, 2019)

Por otro lado, la estructura económica del cantón ha venido cambiando principalmente a partir del año 2000, cuando se dio una importante baja en los precios de la producción de caña de azúcar y el café. Por tal motivo se han venido desarrollando otras actividades de índole comercial, turística y de maquilas. Las actividades turísticas se han venido desarrollando con mayor fuerza en los últimos años ya que cuenta con recursos biológicos, históricos y culturales con gran potencial. Cuenta con atractivos como el Monumento Nacional Guayabo, el Volcán Turrialba, y no se debe dejar de lado un complemento cultural como lo es el queso que se produce en la zona el cual se caracteriza por ser de origen artesanal (Plan de gobierno de Turrialba 2016- 2020).

Las condiciones propias del distrito, tales como, altitud, clima y suelos han determinado el florecimiento de una cultura de ganadería lechera, desde hace más de un siglo, de la cual depende cerca del 90% de la población (Cascante, 2003). Otro valor que presenta la zona es su gran belleza paisajística y escénica, que le confiere un cierto potencial turístico, se ha comenzado a desarrollar a través del Proyecto para poner en marcha la Ruta Agroalimentaria del Queso Turrialba (Blanco, 2004).

Según Blanco (2008), en el distrito de Santa Cruz de Turrialba se realizaba la tradicional feria del queso, y la conocida ruta del queso, donde se brindaba a los turistas y visitantes información sobre el producto y sus derivados del área de la ganadería, este como un atractivo tanto turístico y de desarrollo económico del lugar.

Figura 4: Producción de leche y queso



Fuente: (Guerrero, 2019)

Por otra parte, la denominación de origen caracteriza al queso Turrialba como uno de los mejores, con un sabor y una textura muy diferente. Según la Nación:

Tras una labor de más de seis años, impulsada desde sus inicios por la UNA, el IICA, el MAG y el INTA, entre otras entidades, los productores de queso de Santa Cruz de Turrialba lograron que se reconozca la profunda relación que existe entre su aromático y sabroso producto y las condiciones geográficas de la zona, un vínculo que bordea los 150 años (2014, s.p).

Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2012), se tienen registros de que en 1870 ya se elaboraba queso en Santa Cruz y de que en 1950 se comenzó a vender en San José, capital costarricense. De ahí se extendió la reputación del queso identificado como “Turrialba” por sus características particulares se luchó por la denominación de origen para diferenciar el queso que se producía en Santa Cruz de Turrialba de otro, esto según testimonios de algunos integrantes de UGROSANTA.

b. Aspectos o temas en que se basará el asesoramiento

Este asesoramiento consta de temas relacionados a la gestión y planificación del turismo, en este caso se pretende mejorar las condiciones del producto de la finca Villa de Luz enfocado en la mejora de la operación y servicio al cliente. En ese sentido, se utilizará el manual de

categorización dirigido hacia las actividades temáticas, que comprende una serie de apartados relacionados a la organización, componente cultural, operación de la actividad y servicio al cliente. Al ser un manual amplio, se trabajara con los últimos dos mencionados con el fin de identificar los aspectos que se encuentran débiles y poder generar recomendaciones de esos enfoques.

b.1. Condiciones existentes necesarias para el proyecto

Conforme a las visitas realizadas anteriormente, se puede definir que la finca para poder llevar a cabo su proyecto de forma correcta debe tomar en cuenta condiciones muy específicas según la Declaratoria turística como las siguientes:

1. Debe contar con la Ley 7600.
2. Establecer manuales de operación.
3. Capacidad de carga.
4. Horarios de visita.
5. Señalización de áreas seguras.
6. Patentes municipales, facturación electrónica y hacienda.
7. Permisos de salubridad y manipulación de alimentos.
8. Servicios básicos.
9. Seguros de riesgos.
10. Reglamentos dentro del lugar.

b.2. Expectativas de los interesados en el proyecto

Mediante el apoyo de la Escuela de Ciencias Sociales, específicamente en la carrera de Bachillerato de Gestión de Turismo Sostenible del ITCR, se pretende apoyar en la gestión y mejora del emprendimiento mencionado anteriormente para contribuir con el desarrollo social y económico de la comunidad. De este modo surgió la alianza con la finca Villa de Luz, la cual tiene como expectativa que las estudiantes de turismo puedan ayudar a conformar su finca como un producto turístico, mejorando la operación y el servicio al cliente que se

ofrece y se pueda establecer una excelente relación calidad- precio, esto a través de las pautas que se indican en la declaratoria turística.

b.3. Limitaciones

Durante la primera gira, no se evidencio de manera formal el procedimiento del tour que sus propietarios ofrecen. Se dio una explicación verbal pero no se pudo participar del procedimiento, por lo que no se pudo tener una información concreta desde el primer momento.

El tiempo con el que se cuenta para realizar el proyecto es corto, por tanto, se convierte en una limitación. Con respecto a la búsqueda de datos informativos, una limitación que se presenta es la dificultad de encontrar investigaciones que se hayan realizado anteriormente. Además, otra limitante es que algunos temas relacionados con los trámites legales y burocráticos que se deben realizar para la obtención de los permisos y declaratoria no se encuentran bajo el control nuestro como estudiantes.

Por otra parte, al realizar el primer trabajo de campo, o giras con los estudiantes de la UNA, se dificulta la recolección de la información. Ya que, al ser muchas personas se complicaba realizar las preguntas a los dueños de la finca. Además por razones de tiempo, se tenía estimado realizar 4 giras de campo sin embargo, sólo fue posible realizar tres..

III. PROGRAMACIÓN DEL ASESORAMIENTO

a. Objetivos

General

Evaluar el producto turístico que ofrece la Finca Villa de Luz, mediante los requisitos de la declaratoria turística del ICT, según la categoría de actividad temática, para la mejora en los procesos operación y servicio al cliente de julio-diciembre del 2019.

Específicos

1. Identificar los requisitos faltantes dentro de la actividad temática a nivel operativo que son de mayor importancia.
2. Determinar el tipo de servicio al cliente que se ofrece en las actividades de la finca.
3. Establecer recomendaciones generales para realizar mejoras en la operación y servicio al cliente basado en la declaratoria turística.

b. Contenidos

Según el Instituto Costarricense de Turismo (2018), la declaratoria turística es un reconocimiento, que se le brinda a toda empresa que se esté desarrollando en el área de turismo y que lo solicite. Para ello, deben cumplir con requisitos técnicos, económicos y legales señalados en el Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas. Con estos requisitos se busca garantizar la legalidad de la actividad turística y alcanzar uno de los principales objetivos del departamento, lograr la más alta calidad del producto turístico costarricense. Para adquirir este reconocimiento la Finca Villa de Luz debe contar con óptimas condiciones en la organización, la operación, las variables ambientales y culturales, y por último el servicio al cliente, para ser una actividad temática.

Como se menciona anteriormente, esta categorización está enfocada en las actividades temáticas, para ello, se debe cumplir con ciertos requisitos operativos y de servicio al cliente para mantener la calidad que se brinda a los visitantes y obtener el certificado que comprueba que forma parte de una actividad turística, (ver Anexo 1).

c. Referente conceptual

En este apartado se abordarán algunos conceptos de gran relevancia que son utilizados a lo largo del trabajo. Así, por ejemplo, se puede mencionar el eje central del documento: el turismo, este se comprende como un sector de empresas y organizaciones individuales que se combinan para realizar y ofrecer viajes, es multidimensional y multifacético, es decir que

involucró vidas y actividades económicas diversas (Cooper, Fletcher, Gilbert y Wanhills, 1997. P.5).

Del concepto anterior se derivan muchos tipos de turismo y enfoques dependiendo de dónde se desarrolle la actividad y cual sea el objetivo del proyecto o emprendimiento que se esté gestionando. Sin embargo, para la comprensión del texto se toma en cuenta las siguientes alternativas de turismo para enfocar a la Finca Villa de Luz.

Turismo sostenible

Para comprender mejor el turismo sostenible, es la forma de realizar actividades relacionadas con el área turística de una forma más responsable en todos los aspectos sociales, ambientales, culturales. Por otra parte, el turismo sostenible es una alternativa que permite preservar los recursos a pesar de su uso, al hacer uso de las ciertas áreas para labores turísticas pero de forma responsable (Lalangui et al, 2017).

Por otra parte, este tipo de alternativa turística permite mostrar y enseñar a los visitantes los beneficios de proteger los recursos que los rodean. Además, de enseñar cómo se hace, de una manera más creativa.

Turismo Rural

Por otra parte, se tiene el turismo rural el cual se desarrolla en las áreas más rurales del país donde se benefician las pequeñas y medianas empresas que se dedican a mostrar a los clientes el desarrollo o forma de vida de las comunidades rurales, sus culturas y tradiciones, de una forma vivencial. El turismo rural se comprende como:

Todos los aspectos como: agricultura, ganadería, cultura, historia, artesanía entre otros de un pueblo que quiere dar a conocer sus costumbres a las demás personas. Por otra parte, se establece que es cualquier actividad turística desarrollada en una zona rural independientemente que sea una empresa privada o alguna organización campesina con fines de lucro (Inostroza, 2018).

El turismo rural como tal, es una alternativa económica que beneficia poco a poco al desarrollo de la comunidad, y que permite que esta y su cultura se den a conocer, pero sin dejar de lado las actividades tradicionales.

Este es uno de los conceptos que cabe mencionar ya que es en una zona rural donde se desarrolla en Finca Villa de Luz. Por otra parte, según Picón (2018), el turismo rural alcanza la sostenibilidad de la actividad en la medida que logre:

1. El compromiso de los diversos actores que se involucran en la actividad desde lo nacional hasta lo local.
2. Se deben promover modelos participativos donde los que ofertan los servicios diseñan el tipo de turismo que desean desarrollar, así como el concepto de turismo rural para emprender.
3. Involucramiento de los sectores productivos ubicados en el territorio donde se desarrolla al empresariado rural.

Las razones mencionadas anteriormente, hacen que el turismo rural se convierta en una alternativa para potenciar el desarrollo y estimular las relaciones sociales, facilitando el intercambio de culturas, actividades productivas tradicionales como ganadería agricultura entre otras (Picón, 2018).

Agroturismo

Otro tipo de turismo es el agroturismo, este tipo de actividad está integrada dentro de las muchas modalidades del turismo rural. Según Riveros y Blancos (2003),

El agroturismo se perfila como un tipo de actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía.

Por ello, el nombre de agroturismo ya que es el dar a conocer todo lo relacionado a la agricultura y ganadería. Básicamente muestran a quienes los visitan, como se vive en esa zona específica, y como desarrollan sus actividades diarias. Además de ser una manera de diversificar la actividad agrícola e intercalar los beneficios para obtener mejores ganancias económicas y sociales fomentando en empleo e ingresos adicionales.

Figura 5: Cultivos orgánicos en la finca Villa de Luz



Fuente: (Guerrero, 2019).

Producto turístico

También, se considera el producto turístico según Colina (s.f, p.3) como:

El conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso. Para llevar a cabo un producto turístico se debe tomar en cuenta ciertos elementos básicos como la oferta, la demanda y activo como tal de la actividad que se está desarrollando.

Según el texto anterior el producto turístico es parte esencial del desarrollo de las actividades turísticas, es la base de todo, mientras este producto turístico esté bien gestionado, el emprendimiento estará bien encaminado, potenciado y será de buena calidad.

Gestión turística

Si bien es cierto para el desarrollo del el turismo se necesita la participaciones de actores sociales tanto públicos como privados, el cual deben contar con distintos roles y funciones para esto se lleva una planificación de diversas acciones para desarrollar ciertos objetivos. La planificación es una herramienta clave para la gestión en especial en el área de turismo como se menciona anteriormente para el cumplimiento de los objetivos (SECO, 2014).

Además, la gestión turística puede abarcar diversas áreas como lo son ecología, gestión ambiental, ciencias sociales, planificación, administración de empresas y turismo sostenible. La gestión turística es uno de los temas más importantes en la actualidad, debido a que busca garantizar la eficacia en la administración de las actividades, enfocándose en mejorar las condiciones de vida de las comunidades y el éxito del turismo. (Bayas y Mendoza, 2018. p. 84)

Actividad temática

Además, según las características que posee el emprendimiento de la finca Villa de Luz, se trata de un tipo de turismo clasificado como actividades temáticas. Éstas, según el reglamento de empresas y actividades turísticas del Instituto Costarricense de Turismo (2018), son:

Todas aquellas que por su naturaleza recreativa o de esparcimiento y que por estar relacionadas con el turismo, tengan como finalidad ofrecer al turista una experiencia vivencial, incluyendo aquellas que los ponen en contacto con manifestaciones históricas, culturales, fincas agropecuarias demostrativas, áreas naturales dedicadas a la protección y aprovechamiento de los recursos naturales, balnearios, zoológicos, zoológicos, acuarios y parques de diversión y acuáticos.

A través de esta teoría se enfatiza en el desarrollo de la actividad turística como tal, que se brinda en el emprendimiento, mostrando lo que caracteriza a la actividad. Si bien es cierto, la declaratoria turística es diferente para cada una de las actividades turísticas que se implemente una de ellas en la actividad temática mencionada anteriormente, el cual ejemplifica a la finca Villa de Luz.

Figura 6 : Experiencia vivencial, ordeño.



Fuente: (Guerrero, 2019)

c.1. Teorías, enfoque y autores que darán sustento al proyecto

A continuación se presentan algunas teorías relacionadas a las categorías del enfoque del proyecto. En este apartado se expresa conocimiento propio acerca de los términos a puntualizar. Por otro lado, existen diversos autores que han trabajado sobre estos temas, y es importante destacarlos y tomarlos como base, además se expresara de qué modo fueron utilizados estos términos en el desarrollo del proyecto.

Turismo rural

A partir de los conocimientos adquiridos a través de las experiencias, se puede determinar que turismo rural es un tipo de actividad en áreas alejadas de las ciudades, es decir se encuentra en un ambiente rodeado de exuberante belleza y naturaleza. Donde se desarrollan actividades más de campo, como lo son la agricultura, ganadería entre otros. En los últimos años, los turistas han vuelto su mirada hacia este tipo de turismo ya que por lo general se involucra con actividades más conscientes, donde los recursos económicos no se destinan hacia grandes cadenas vinculadas al capitalismo, de esta forma es posible contribuir a la economía de las familias que utilizan esta actividad alternativa como fuente de crecimiento.

En este sentido es de suma importancia involucrar autores con autoridad para hablar de esos términos, así por ejemplo según Yurjevic (2016) el turismo rural propone prácticas socioeconómicas y étnico- comunitarias que favorecen la transición hacia territorios sustentables. Este tipo de iniciativas construidas desde las comunidades rurales con una vocación ecológica compatibilizan la sustentabilidad ambiental, la competitividad económica y la inclusión social con la equidad de género. Enfatiza la participación de poblaciones locales, valorización del patrimonio cultural y natural existente, además de integración de micro emprendimientos. Un tema importante es el empoderamiento de las mujeres, aportando oportunidades de empleo y autonomía financiera.

Dentro del desarrollo de la asesoría realizada a finca Villa de Luz se toma como unos de los ejes principales el turismo rural. Ya que, el proyecto se encuentra principalmente en una zona de este tipo. Además posee actividades relacionadas al rescate de la cultura, se aprovechan

las actividades principales de la finca tanto para mostrar al turista y para generar conciencia de las acciones ecológicas que son de suma importancia. El proyecto turístico está liderado por una mujer, que además cuenta con expectativas a largo plazo de involucrar a otras personas e iniciativas con el fin de aportar al bienestar social.

Agroturismo

El agroturismo es una variación que se encuentra dentro del turismo rural. Este comprende principalmente el aprendizaje de las prácticas agrícolas que se desarrollan dentro de las fincas y de los espacios rurales. Por lo general en estos espacios se adoptan técnicas de cultivo en los cuales es muy común que sean de tipo orgánico, esto quiere decir, que no se utilizan agroquímicos para el crecimiento y mantenimiento de las plantas, sino más bien se utilizan medios naturales. Así también se da la crianza de animales para el consumo de sus productos y entretenimiento de sus visitantes.

Figura 7: Animales de granja



Fuente: (Guerrero, 2019)

En esta categoría la sustentabilidad del espacio rural es uno de los objetivos primordiales dentro de las propuestas agroecológicas en las comunidades. Ya que, promueven la integración de la crianza de animales con los cultivos, se promueve las razas de ganado local y se privilegian las semillas nativas, además del control natural de plagas y el abono con composta y abono verde. La mayor oferta de alimentos de alta calidad ha permitido

enriquecer la gastronomía local, y reforzar la identidad de comunidades y pueblos, por lo cual se ensancha las oportunidades dentro del turismo rural (Yurjevic, 2016).

Dentro de la finca Villa de Luz se da un importante aprovechamiento de los recursos anteriormente mencionados. Se aprovecha el espacio que comprende la finca donde coexisten diversos árboles frutales como: limón ácido y dulce, mandarina y guayaba además de vegetales aprovechables como lechuga y repollo. Poseen animales como cabras, ovejas, vacas, gallinas, chompipes entre otros, de los cuales se aprovechan también sus desechos que al ser orgánicos permiten alimentar un biodigestor y producir abonos.

Este es uno de los enfoques de importancias para la asesoría como tal, ya que al basarse en turismo rural y enfatizar en el agroturismo una rama del turismo rural se tiene una base sólida para brindar recomendaciones guiadas a potencias estos dos términos que permiten a mediano plazo que la finca se convierta en un emprendimiento único y de altos estándares de calidad.

Planificación turística

La planificación turística conlleva una serie de procesos que son prioritarios dentro las actividades turísticas. Si se lleva a cabo procesos donde no haya una planificación de buena calidad se puede llegar al fracaso. La planificación está relacionada a lo económico, social, cultural y el medio ambiente, por lo tanto se procura la sostenibilidad de esos ejes. Además de tomar en cuenta las fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas, externas e internas y a partir de esto surge la toma de decisiones.

Es necesario planificar el desarrollo turístico comunitario como un proceso a largo plazo con incentivos económicos y no económicos, los cuales permiten que las comunidades aprovechen el patrimonio local. Sobre todo, los principales atractivos para posicionar a las comunidades rurales con condiciones apropiadas a nivel económico, de técnicas gerenciales, laborales y culturales. Se pueden resumir en modelos de organización y gerencia de empresas asociativas con alto estándar de empresarialidad, desarrollo de propuestas de enfoque de

oferta local, inversión en servicios públicos e inversión directa en calidad turística (Hernández y Picón, 2014).

Los gobiernos locales deben asumir el rol de organizador, dado que desde el punto de vista turístico, “es un tema cada vez más posicionado en la agenda relacionada con la gestión municipal” (Flores y Picón, 2009), visto en las dinámicas asociadas al desarrollo local y la competitividad territorial.

En los entornos turísticos rurales es de gran importancia manejar los procesos de planificación de una manera muy meticulosa ya que esta es la que va a determinar el grado de éxito de las iniciativas. En el desarrollo del trabajo en conjunto con la finca, se dio especial énfasis en la consolidación del producto turístico, inmerso en este se encuentran: la infraestructura del lugar, patentes y permisos y el eje del proyecto que se centró en la operación y el servicio al cliente, procesos que deben encontrarse estandarizados, para dar manteniendo y aplicar sugerencias.

Calidad de servicio al cliente

Este es un aspecto decisivo en todos los negocios, en especial en los emprendimientos turísticos donde el cliente es la persona más importante, ya que gracias a los visitantes es que se mantiene a flote. Esta categoría define si el volumen de los clientes se mantiene a través del tiempo, por medio de recomendaciones de boca en boca, redes sociales entre otros. Es por esto que crear una buena impresión al ofrecer el servicio es fundamental. La satisfacción de las necesidades del cliente es clave para una buena calidad en el servicio.

Tomando como referente a Aguilar (2019), se presentan algunas consideraciones referentes a la buena calidad en el servicio al cliente. Se deben cuidar aspectos fundamentales como el trato y la información que se proporciona. El cliente es la persona más importante del negocio, el negocio depende de él. Desarrollar una relación amistosa con el cliente consiste en los siguientes puntos:

1. Servir por el placer de servir.

2. No sustituir la conveniencia por el servicio.
3. Considerar cada reclamación como una solicitud servicio.
4. Atender a sus clientes e invitar a su jefe a que lo atienda a usted.
5. Considerar que los jefes son los responsables de la gente que hace el trabajo.
6. Considerar que el placer de los negocios proviene de servir a la gente y no de venderles algo.
7. Reconozca el buen servicio y permita ser servido.

Dentro del proyecto se tomó como uno de los principales temas a trabajar la calidad en el servicio al cliente. Curiosamente fue uno de los apartados donde la finca Villa de Luz presentó debilidades. No realmente por que se diera un mal servicio o un mal trato, si no que las especificaciones que solicita la declaratoria turística no estaban siendo cumplidas. Mayormente se enfoca en sistemas de medición para la satisfacción del cliente y realizar retroalimentación a partir de esas recomendaciones.

Figura 8: Tour del queso



Fuente: (Guerrero, 2019)

Declaratoria turística

La declaratoria turística es un documento legal brindado por el ICT que permite que las empresas formen parte del área turística y sean reconocidas como tal. Este reconocimiento hace que los conozcan a nivel nacional e internacional, ya que los emprendimientos pueden

formar parte de diversas ferias internacionales, y estar expuestas como una forma de publicidad en la página oficial del ICT. Este certificado les brinda a los clientes mayor certeza del compromiso legal que tiene la empresa.

La declaratoria turística, se entiende como: “el acto mediante el cual la Gerencia del ICT declara a una empresa o actividad como turística, luego de cumplir con los requisitos técnicos, económicos y legales señalados en este reglamento y en los manuales respectivos” (ICT, 2018, s.p). Ahora bien, para mantener un alto nivel y potenciar el producto turístico a través de la declaratoria turística. Hay que tomar en cuenta que el emprendimiento debe contar con aspectos de calidad este se entiende como el conjunto de propiedades o características de un producto servicio, que le confiere su habilidad para satisfacer necesidades explícitas o implícitas

Para uso de este proyecto, la declaratoria turística es una parte importante de la formulación de los objetivos y recolección de datos ya que en base a esta, se formulan las diversas recomendaciones de mejoras para la Finca en estudio. Los formularios de categorización de la declaratoria turística se utilizaron como herramientas para este proyecto. Este certificado debe ser completado por los dueños de la empresa en el momento que deseen. Pero al usarlo como base de recomendaciones permite que la finca tenga los requisitos necesario para obtenerla de manera más eficaz.

c.2. Estado del arte, investigaciones recientes y sus resultados con relación a los temas del proyecto

En el presente apartado se mostrarán antecedentes acerca de cómo se ha abordado el tema del turismo y turismo rural, a nivel nacional e internacional, y como se ha desarrollado esta actividad en la zona donde está ubicado finca Villa de Luz.

Internacional

A nivel internacional la gestión del turismo rural se ha implementado de una manera rápida, es una alternativa para muchas de las comunidades en vías de desarrollo en diversos países. Por ejemplo en Manabí, Ecuador se ha dado una planificación ineficiente, la cual no ha

permitido un desarrollo óptimo del turismo rural. Por lo cual se hace imprescindible el uso de un modelo de gestión que permita mejorar el desarrollo de la actividad turística estructurando estrategias e indicadores, que permitan medir y obtener resultados adecuados (Baya et al, 2018).

Las comunidades donde se encuentra cada uno de los emprendimientos turísticos rurales de la parte centro de la provincia de Manabí, tienen el propósito de encontrar posibilidades de desarrollo mediante la actividad turística, y mejor aun llevando una adecuada gestión de los recursos donde se obtengan mejores beneficios para la colectividad en general.

Por esta razón, es de suma importancia identificar diversas acciones para mejorar el desempeño de las actividades turísticas y poder potenciar el producto turístico. Según Félix y Doumet (2016),

Hay que identificar los componentes de la planificación y gestión, donde se debe realizar un estudio que parte desde el análisis de los recursos naturales y culturales, la implementación las facilidades turísticas, la búsqueda del financiamiento e inversión por parte de las comunidades y el estudio del mercado en general. Siendo los órganos principales para la gestión turística rural los Gobiernos Autónomos Descentralizados y los Departamentos de Turismo de la provincia, sin dejar aquellos órganos de apoyo como son las juntas parroquiales rurales, ya que se encuentran en la realidad de las comunidades, ofreciendo bienestar y calidad que permita gestionar los recursos naturales y culturales existentes.

De esta forma se comprende que en otro país ya han implementado la gestión turística como pilar del desarrollo turístico alternativo para que las comunidades puedan establecerse de forma económica desde su ruralidad. Además, se puede evidenciar que tanto el turismo rural como el agroturismo son el implemento para desarrollar una experiencia vivencial tal como lo menciona Vilímkova, O (2015) en el artículo de turismo vivencial en las comunidades Andinas de Perú,

Se puede decir que el movimiento turístico influye considerablemente en la economía local. Los ingresos del turismo facilitan un nivel de vida más alto que los beneficios de los pescadores y agricultores dados las condiciones precarias alto andino, aún más limitado en las islas. Se nota el mejoramiento no sólo de las viviendas en general, sino también en el arreglo de los caminos, en las plazas, más cuidadas, en las islas, en las escuelas, etc. En este caso de desarrollo bajo la influencia del movimiento turístico, se puede constatar la satisfacción tanto de turistas como de comuneros,

incluso el mejoramiento controlado del medio ambiente y el fortalecimiento de la identidad étnica (Vilímková, 2015. p. 84)

Esta alternativa económica ha brindado a diferentes dueños de pequeños emprendimientos las herramientas para mejorar las vidas de sus familias y de más personas. El turismo se ha convertido en parte importante de sus vidas. Esto se ve reflejado en las diversas investigaciones realizadas por expertos en el tema que buscan ayudar a mejorar los productos turísticos y a mejorar el bienestar de las comunidades.

Nacional

A nivel nacional algunos de los investigadores han realizado proyectos en otros países para poder implementar soluciones a problemas en el área de turismo. Por ejemplo, en el mundo, a partir de las crisis ambientales y sociales, desatadas en el siglo XX debido a los impactos negativos producto del estilo de vida de consumo y de sistemas de producción. Se comienza a buscar un estilo de desarrollo sostenible. Ahora bien, el discurso ambiental comenzó a formar parte del modelo capitalista y neoliberal de gobiernos, organismos internacionales entre otros. De este modo, se comenzaron a generar cumbres y conferencias relacionadas al desarrollo sostenible como: la Cumbre de Estocolmo, el Informe Brundtland y la Conferencia de la Tierra por mencionar algunos (Picón, 2017).

A pesar de los esfuerzos por firmar acuerdos según Picón (2017), la sociedad en los países industrializados adoptaron el modo de vida del confort lo que favorece la reproducción del capital. Es por esta razón que el discurso del desarrollo sostenible no llega a resolver los problemas denunciados. Así por ejemplo Latinoamérica no recibe los beneficios de los objetivos planteados los cuales estaban dirigidos a la mejora social, ambiental, cultural y económica. Esto debido según el informe ambiental anual de la Fundación Ambiente y Desarrollo Sostenible a modelos extractivos, concentración de la tierra y presión sobre los recursos naturales (Abrecht, 2012).

En la búsqueda del desarrollo sostenible varios países del mundo han encontrado alternativas que brinden beneficios económicos a las comunidades, y también que se respeten los recursos naturales. Como lo es el caso del turismo sostenible, el turismo rural entre otros, que le brinda a las personas que lo realizan beneficios económicos y a los visitantes una alternativa

sostenible que le permite conocer y aprender sobre la importancia de ciertas actividades, culturas y tradiciones además del respeto por los recursos naturales

Instituto Costarricense de Turismo

Ahora bien, para entrar en el tema del turismo nacional. Costa Rica ha desarrollado el turismo por varios años y le ha generado gran cantidad de divisas al país según el ICT (2019), el país es un destino que recibe casi 3 millones de visitantes anuales, esto genera 459,138 empleos entre directos e indirectos y contabiliza casi 4 mil millones de dólares en divisas, ello sin duda lo convierte en el motor de desarrollo social y económico del país. Costa Rica ha reforzado su posicionamiento en Europa.

Por otra parte, el plan anual operativo del ICT (2019) establece que el dirigirse a diversas ferias internacionales ha atraído a mayor cantidad de personas interesados en el país. Específicamente se ha posicionado en Europa. El buen desempeño del área de mercadeo ha fomentado el desarrollo publicidad y conocimiento del país a nivel mundial. Además se han implementado nuevas políticas e instrumentos para el desarrollo de un turismo sostenible y adecuado al cliente.

Instituto Tecnológico de Costa Rica

Por otra parte, algunos antecedentes relacionados a esta asesoría y que le dan sustento como lo es el turismo rural en el país ha sido estudiado por diversas personas del ITCR. Según Fontana (2012), citando a Monge y Tenorio (2009) el turismo rural es una noción muy amplia que abarca el agroturismo como una actividad turística que se desarrolla en el medio rural, además plantea motivaciones como la búsqueda de atractivos turístico con relación al descanso, paisaje, cultura tradicional y alejamiento de lo masivo.

En este sentido las autoras señalan que el turismo rural es un producto que se encuentra en manos de pequeños productores, que permiten construir una oferta alternativa que posibilitan la sostenibilidad, entre ellos cabe mencionar algunos:

- Está ubicada en el área rural

- Combina las costumbres y vivencias campesinas – los recursos naturales – la cultura agrícola para ofertar productos y servicios alternativos, que responden a una demanda reciente.
- Es brindada por los actores de la economía social (las cooperativas o productores individuales), que son las que poseen la mayor parte de los activos y por lo tanto del potencial para crear la oferta.
- Los servicios son artesanales y de infraestructura rústica, pero deben brindar comodidad y seguridad al turista.
- Se hace un rescate y preservación de los recursos naturales y de la identidad cultural.

Por otro lado, según Fontana (2012), el turismo rural enfrenta grandes retos. Uno de ellos es la dificultad para estar en el marco de la legalidad. La tramitología de permisos y patentes se vuelve aún más complicado por la lejanía del lugar de residencia. Lo cual interfiere en la competitividad de las empresas de turismo rural al no tener la declaratoria turística del ICT y además no pueden obtener los beneficios que contempla la Ley para el Fomento del Turismo Rural Comunitario (Ley TRC). Así mismo, se presenta limitaciones a nivel de infraestructura donde se complica el acceso principalmente a la telefonía, electricidad, agua potable, caminos y señalización pública.

Ahora bien, (Calvo, 2016) menciona que:

El turismo rural es el equilibrio entre la cultura y la naturaleza, en contacto con los seres humanos. Se muestra una profunda necesidad de estructurar la oferta turística, no sólo para complementar sus actividades primarias adecuadamente, sino para dar a conocer todo el acervo de la comunidad o región involucrada desde diversas aristas.

Si bien es cierto se deben tener claros cuales son todo los recursos que se pueden utilizar y además se debe gestionar de la mejor manera para aprovechar cada uno de ellos. Para esto se debe tener en cuenta que es importante que las personas involucradas estén en total acuerdo de llevar a cabo un desarrollo alternativo como lo es el turismo rural. Es importante crear un producto turístico único que le permita conocer los atributos de la ruralidad.

En el artículo planteado por Calvo, 2016 muestra la importancia de desarrollar un producto turístico, que tome en cuenta el tipo de turismo, los recursos a utilizar, y los aspectos como

infraestructura, atractivo turístico, servicios hasta apoyo institucional con el que se cuenta, para diseñar un producto turístico rural.

Municipalidad

Para comprender mejor la situación que se desarrolla a partir de la actividad turística en algunos sectores, para efectos de este proyecto el enfoque estará dirigido en el cantón de Turrialba algunos de los antecedentes que se obtiene a nivel municipal son los siguientes:

El gobierno local de Turrialba reconoce que, es un cantón con gran potencial a nivel turístico ya que posee recursos biológicos que pueden impulsar los distintos tipos de turismo además de la producción agropecuaria, mediante la diversificación y diferenciación del producto. Uno de los proyectos que se pretende impulsar es el de un Museo Precolombino en Guayabo. Esto para la recuperación de piezas arqueológicas, además de exhibir las que ya se encuentran en el Museo Nacional en la recuperación del patrimonio arqueológico nacional. Consideran importante la visitación al Parque Nacional Volcán Turrialba, por lo cual se pretende realizar una planificación para que puedan realizarse visitas seguras al lugar (Plan de Gobierno 2016-2020, p.29-30).

Otro de los proyectos que se pretende propiciar es la creación de un campo ferial en Santa Cruz donde pueda volverse a realizar la feria de queso. La cual tuvo que dejarse de llevar a cabo en este lugar por la falta de espacio. Destacan la importancia de darle fomento a las actividades agroindustriales, culturales y de turismo rural con el fin de incorporar una ruta que tome en cuenta el campo ferial, el volcán y Guayabo (Plan de Gobierno 2016-2020, p.29-30).

Sin embargo, a nivel cantonal el desarrollo económico es variado, el gobierno nacional ha permitido diversos estudios que demuestran que, según, el IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura) en el 2010, el distrito de Santa Cruz, cuenta con alrededor de 275 fincas lecheras y 150 pequeñas plantas lecheras donde se elabora el queso Turrialba, desde hace 100 años con la misma técnica artesanal. A través de los años se han introducido algunas mejoras tanto en la raza del ganado como en los pastos, la infraestructura, además de

los equipos donde se implementa el acero inoxidable, cámaras de frío, uso de biodigestores y lagunas de oxidación.

Figura 9: Producción de queso artesanal



Fuente: (Guerrero, 2019)

A pesar de la producción que se genera en el distrito gracias al queso, existe como en todas las industrias ciertos periodos de baja donde no se generan los suficientes empleos, así como ingresos, a causa de muchos motivos entre ellos la competencia entre las plantas industriales y costo de los insumos. Es por esta razón que las familias han visto en el agroturismo una nueva opción para ampliar la oferta. Además de que observaron potencial en ciertos atractivos importantes del lugar como el volcán Turrialba y el Monumento Nacional Guayabo (Blanco, 2008).

Según Blanco (2008), en el 2003 se inició un proyecto importante llamado “la Ruta del Queso Turrialba”, el cual ha sido apoyado por la Asociación de Productores Agropecuarios (ASOPROA), las ONG Altersial e Hivos, el PRODAR-IICA, el CATIE y la UCR. Esta ruta se dio con el fin de que los turistas conozcan y aprendan sobre la agroindustria y la cultura relacionada al queso, así mismo aprovechaban los atractivos del Monumento y el volcán. Se dice que aun cuando falta afinar algunos detalles como señalización, infraestructura, organización de los oferentes, establecer alianzas entre otro es una actividad muy promisoriosa para el cantón.

d. Metodología

A Continuación se muestra el enfoque y el tipo de investigación que se utilizó para la presente investigación, además de las diferentes técnicas, fuentes, estrategias y procedimientos que se utilizaron para la recolección de la información y análisis de la misma para la elaboración del documento.

Enfoque de la Investigación

Según la naturaleza de la información, la investigación presenta un enfoque cualitativo. Ya que según Trujillo (2019, p.38)

Es la descripción detallada, intrínseca- extrínseca y de amplia esencia para describir, entender y comprender al fenómeno en estudio dentro de su propia realidad. Esta realidad como un mundo de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables y cualificables, requieren de la incorporación del acto relacional de actores/participantes en su contexto, para plasmar el conocimiento en base a su diálogo, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones, tal y como son expresadas por los propios actores.

Tipo de investigación

Para poder alcanzar el objetivo general, así como los objetivos específicos y resolver el problema planteado se necesita realizar una investigación de tipo exploratorio. Esta permite un primer conocimiento de los problemas o condiciones del fenómeno del objeto de estudio. Es por lo tanto una previa a la investigación definitiva (Lafuente, 2008).

Fuentes de información

En la tabla siguiente se muestran los tipos de fuentes de información utilizadas en la investigación. Para comprender mejor este apartado se deben conocer los términos de los tipos de fuentes de información utilizadas. Ahora bien, las fuentes primarias se entienden como las que se obtiene de primera mano, es información directamente de la fuente, ya sea personas, artículos, y documentos que son publicados por primera vez. Por otra parte, las fuentes secundarias consisten en compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas sobre un tema (listado de fuentes primarias) (Huamán, 2011).

Tabla 1: Fuentes de información

La tabla siguiente muestra los tipos de fuentes primarias y secundarias que se utilizaron para recolectar información para la investigación.

Fuentes primarias	Fuentes secundarias (técnica de análisis documental)
Observación participante	Parte 1: Búsqueda de documentos (artículos, libros, páginas web, e instituciones públicas y privadas)
Entrevista semiestructurada	Parte 2: Lectura y análisis de documentos
Cuestionario	Parte 3: Presentación de resultados

Fuente: creación propia (Aguilar R y Rodríguez M. 2019)

Sujetos de información

Para la indagación de primera mano, se interactúa principalmente con los dueños de la Finca Villa de Luz (CCP y SMG), quienes son las personas con las que se desarrollara el proyecto y se dará la asesoría. Del mismo modo también se trabajará con los compañeros de la carrera de Planificación económica y social de la UNA que son partícipes del proyecto como complemento.

Figura 10: Dueños de la finca Villa de Luz



Fuente: (Guerrero, 2019).

d.1. Estrategia a utilizar

Siguiendo la línea metodológica de la investigación, la estrategia a utilizar es la cualitativa. Esta no pretende cuantificar datos, sino más bien comprender el fenómeno que se estudia. Algunos de los objetivos y características que posee esta estrategia son: que busca conocer y comprender los puntos de vista de la experiencia de los sujetos del modo más parecido a como lo viven. Permite que el investigador se involucre de forma directa con los sujetos que estudia y supone un compromiso con ellos. Es un tipo de estrategia que busca lo aproximado, se orienta hacia los descubrimientos: exploratorio, expansivo o descriptivo. Busca conocer fundamentalmente los componentes estructurales- semánticos de la realidad social, es decir encarar al mundo empírico, a través de las propias palabras de las personas ya sea habladas o escritas y la conducta observable (Martínez, 2004).

d.2. Procedimientos y técnicas

En este apartado se darán los conceptos, estructuras de cómo se utilizaron y para qué sirven las principales técnicas y procedimientos para recolectar la información del presente trabajo.

Observación participante

El observador es parte de la situación lo que le permite tener información más detallada de la situación. Se debe tener claro que se desea observar, que se va a registrar, cómo se va a observar y a quien (Barrantes, 2016). En este caso se hará uso de la observación participante ya que permite formar parte del objeto de estudio en este caso la Finca villa de Luz y su producto turístico por ello es importante utilizar esta técnica para conocer a detalle cada aspecto, además de conocer vivencialmente como se desarrolla el emprendimiento, (Apéndice C).

Entrevista semiestructurada

La entrevista semiestructurada permite alternar preguntas estructuradas y espontáneas-abiertas; es la más completa por cumplir doble función: criterios fijos, y profundidad de características específicas. Requiere de un buen nivel de atención a los detalles para su

registro (Trujillo et al, 2019, p.71). Ahora bien, la entrevista semiestructurada brindara información y la opinión específica de los dueños del emprendimiento así como la misión, visión, objetivos que se tienen de la finca. También se conocerá lo que esperar, desean y piensan del desarrollo de la investigación como tal (Apéndice A y B).

Figura 11: Entrevista en Finca Villa de Luz



Fuente: (Guerrero, 2019)

Cuestionario

Por otra parte, otro método para obtener información de fuente primaria es el cuestionario, es un instrumento que muestra una serie de preguntas escritas. La función básica del cuestionario es obtener, por medio de formulación de preguntas adecuadas, las respuestas que suministren los datos necesarios para cumplir con los objetivos de la investigación. Para esta investigación se utilizó la escala tipo likert el cual consiste en un grupo de ítems redactados en forma de pregunta afirmativa y cerrada donde se puede escoger sí, no o no aplica, dependiendo de la respuesta de las persona (Barrantes, 2016). A través del cuestionario se conocerán temas específicos que van directo a los objetivos de la investigación ya que son preguntas de respuesta cerrada relacionadas estrechamente con el área de turismo específicamente con la declaratoria turística y las mejores a través de esta (Anexo 1).

Tabla 2: Cómo utilizar las técnicas de recolección de información de fuentes primarias

Observación Participante	Entrevista semiestructurada	Cuestionario
Previamente se debe tener una pregunta para responder.	Realizar una serie de preguntas anticipadamente.	Debe reunir confiabilidad y validez.
Hacer una observación descriptiva.	Hacer preguntas claras y precisas.	Escoger los tipos respuesta cerrada y abierta.
Utilizar categorías homogéneas y con gran detalle.	Escuchar al entrevistado, dejar que se exprese.	El cuestionario debe llevar (introducción, instrucciones, cuerpo o preguntas).

Fuente: (Barrantes, 2016)

Fuentes secundarias

En este caso en las fuentes secundarias se utilizó específicamente la técnica de análisis documental el cual describe, cataloga y ordena datos como se mencionó anteriormente. Además, permite crear un propio criterio a través de la información recolectada (Martínez, 2004).

Tabla 3: Procesos de las fuentes secundarias

Parte 1	Parte 2	Parte 3
Búsqueda de documentos, elaboración de primeras listas de referencias documentales y adquisición/recopilación de documentos.	Lectura y análisis de los documentos.	Elaboración de un “nuevo documento”, presentación de resultados de la investigación y elaboración de listas de referencias documentales (bibliográficas, hemerográficas, etcétera) exhaustivas.

Fuente: (Martínez, 2004).

Finalidad de la investigación

En este caso, la finalidad del estudio es asesorar a los dueños de la Finca en estudio, para que mejoren el servicio al cliente y operación de la actividad turística que desarrollan en la actualidad, a través de diferentes teorías y autores. Ahora bien el objeto y la finalidad de la investigación cualitativa es construir el conocimiento de la realidad objetiva y subjetiva investigada, el análisis y comprensión tanto del investigador como del investigado en estudio (Trujillo et al, 2019, p. 40).

d.3. Presupuesto y financiamiento

Este apartado presenta el desglose de los costos invertidos en el desarrollo del proyecto, estos constan de aspectos como alimentación, transporte y materiales utilizados para el desarrollo de las giras.

Tabla 4: Costos del proyecto

Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Justificación
6	4000	24000	Transporte (realizando los viajes en autobús)
12	6000	72000	Viáticos para 3 giras (aproximadamente 6 almuerzos y 6 desayunos)
1	5000	5000	Materiales a utilizar (hojas, lapiceros, impresiones y borradores del trabajo)

Anteriormente se presentó una tabla resumen, con las partidas seleccionadas con base en 3 giras a Santa Teresita de Turrialba. Cada uno de los costos se ha obtenido multiplicando la cantidad por dos personas, que en este caso son las integrantes del proyecto.

e. Evaluación

Para este apartado se conocerán los diferentes aspectos a evaluar en el proyecto realizado. Así como las técnicas utilizadas para llevar a cabo cada uno de las etapas de la investigación.

Además de los diferentes instrumentos para la recolección de la información, así como los resultados, y análisis obtenidos de cada una de las herramientas utilizadas.

e.1. Aspectos para evaluar

Para evaluar la finca Villa de Luz y desarrollar las diversas recomendaciones, la asesoría se basará en el manual de categorización establecido por el ICT. Para cada tipo de empresa turística que desean adquirir la declaratoria turística existe un manual, donde se establece un puntaje por cada rubro del formulario. Se toma en cuenta la organización de la empresa, la operación que realiza, las variables ambientales y culturales y por último el servicio al cliente. Algunos puntos específicos de cada apartado mencionado anteriormente se refieren a los temas como patentes, seguros, conocimiento de los guías, infraestructura, entre otros. Este formulario se aplicará a la finca Villa de Luz con el fin de que mejore cada categoría de gestión turística en especial de operación y servicio al cliente para que obtenga la categorización como empresa de actividades temáticas, y así adquirir la declaratoria turística. Estas empresas deben obtener un puntaje de 80 por ciento para que se les brinde el certificado.

e.2. Técnicas e instrumentos de evaluación

En esta sección se dará una explicación de cómo se utilizaron las técnicas y los instrumentos, establecidas para la composición del documento, de este modo las técnicas se entienden como “el conjunto de reglas, operaciones o procedimientos específicos que guían la construcción y el manejo de los instrumentos de recolección y análisis de datos” (Martínez, 2004, p. 17). En la presente investigación se toma como hilo conductor la ejecución de 3 etapas de trabajo, en este apartado se mostrarán los resultados de cada etapa además de su respectiva interpretación por medio de criterios.

Etapas I

Para la etapa 1, se utilizaron 4 herramientas para recolectar la información, el análisis documental, una entrevista, un cuestionario basado en la declaratoria turística y observación

participante, esto para realizar un diagnóstico general de la situación de la finca. Esta primera visita fue realizada el 30 de agosto del 2019 con una duración de 10 horas.

Resultado análisis documental

Se realizó un análisis documental esto para la obtención de antecedentes, referencias, teorías entre otros, donde se exploraron distintos documentos como libros, artículos y páginas web de universidades como la UNA y el ITCR. Por otra parte, información de instituciones como el SINAC, ICT y los planes de gobierno. Esto para obtener el referente conceptual, estado del arte entre otros apartados que son sometidos a la recopilación de información pertinente a la investigación.

Tabla 5: Análisis documental etapa I

I.	Páginas web, ICT	De las páginas web como la del ICT se obtuvieron los formularios de categorización de la declaratoria turística específicamente las de actividad temáticas así como diversos reglamentos
II.	Planes de gobierno	Se obtuvo del plan de gobierno del cantón de Turrialba del 2016-2020, los apartados de antecedentes, así como diagnóstico de la situación actual.
III.	UNA	Se analizó el documento realizado por los estudiantes de la UNA sobre la zona de Santa Cruz para contribuir con los apartados de antecedentes y diagnóstico de la situación actual.
IV.	TEC	Con respecto a esta institución se estudiaron diversos artículos realizados por estudiantes de la carrera de gestión de turismo sostenible y otras, para completar el apartado de estado del arte para obtener antecedentes de estudios relacionados a este proyecto
V.	Libros, artículos	De los diversos artículos se tomaron algunas referencias conceptuales como turismo rural por Yurjevic (2016), agroturismo y producto turístico, entre otros. Así como diversas investigaciones (apartado del estado del arte) nacionales e internacionales relacionadas a turismo rural y gestión turística aplicada en otros países.

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019).

Resultados Entrevista etapa I

Durante la primera etapa, se realizó una entrevista semiestructurada con un total de 12 preguntas, donde surgieron 2 preguntas adicionales, para un total de 14. Para ver las 12 preguntas originales consultar el Apéndice A.

Tabla 6: Resultados Entrevista Semiestructurada etapa I

1. ¿La finca a qué distrito pertenece?	Pertenece al distrito de Santa Teresita
2. ¿Cuál es la dimensión de la finca?	La finca tiene un área de 2 hectáreas que colinda con el río Lajas, cerca de la finca se encuentran las cataratas la Muralla, las Trillizas y las Gemelas.
3. ¿Cómo surgió el emprendimiento?	Aprovechando las actividades primarias de la finca, como la producción de queso, se decidió tomar al turismo como alternativa económica, hace 5 años aproximadamente.
4. ¿Cuántas personas puede recibir en un día?	Se tiene capacidad de recibir grupos 1 vez al día. Máximo 15 personas. En caso de niños máximo 10 a partir de los 4 años con 2 acompañantes.
5. ¿En qué horario se ofrece el tour?	El horario del tour es a la 1:00pm
6. ¿Cuánto dura el tour?	Aproximadamente 2 horas y 30 minutos.
7. ¿Qué opciones de alimentación ofrece?	Se ofrece almuerzo/café o ambas, según la preferencia del cliente.
8. ¿El emprendimiento cuenta con misión, visión, objetivos a seguir?	Ya se cuenta con objetivos definidos así como misión y visión,
9. ¿Qué es lo que desea brindar al cliente?	Desean brindar al cliente una experiencia vivencial y educativa, la cual les permita conocer el proceso que conlleva el desarrollo del queso artesanal, además de eso mostrar un desarrollo sostenible en sus actividades, por medio de cultivos orgánicos y uso de desechos en el biodigestor y creación de abonos orgánicos y compost.
10. ¿Cómo atrae a los clientes?	Se atrae por medio de intermediarios como por ejemplo el Hotel Villa Florencia que envía grupos de personas con guía bilingüe. Además, una guía de la comunidad suele enviar a sus clientes a la finca.
11. ¿Qué tipo de turismo considera que pertenece su emprendimiento?	CCP considera que su finca posee un tipo de turismo relacionado a lo agroecológico, por las actividades que realizan.
12. ¿Qué expectativas tiene para futuro?	Se cuenta con metas a futuro como: llegar a tener una sala para recibir los visitantes y contar la historia de lo que van a observar en el tour, lograr mayor visitación por semana, realizar senderos, tener un área más amplia para brindar la alimentación, contar con la declaratoria turística y utilizar las redes sociales para aspectos de mercadeo.

13. ¿Pretende tener una tarifa específica según el tipo de cliente, es decir nacional-extranjero- niños- adultos?	Se manifestó que este es un aspecto en el que necesita de asesoría, ya que no se está dando un manejo de costos planificado, ya que los intermediarios son los que manejan los presupuestos y la finca termina obteniendo la menor parte de las ganancias.
14. ¿Qué aspectos de infraestructura cree que necesita?	Se tiene claro que se debe mejorar en estructuras como las aceras y los senderos, servicios sanitarios, áreas de reunión en caso de emergencias y aspectos de la ley 7600.

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019).

Tabla 7: Análisis de resultado de entrevista semiestructurada etapa I

Criterio	Análisis interpretativo
I. Dimensiones y localización (1, 2)	<ul style="list-style-type: none"> La finca posee fácil acceso, ya que se encuentra sobre la carretera que va hacia el Monumento Nacional Guayabo, además puede aprovecharse la gran cantidad de personas que transitan hacia allí. Es un lugar amplio por lo que se pueden desarrollar diversas actividades. Por otra parte, en sus cercanías cuenta con gran atractivo natural por ser un lugar montañoso y existen algunas cataratas.
II. Antecedentes (3)	<ul style="list-style-type: none"> La finca tiene varios años en funcionamiento, si bien es cierto el trabajo principal que realizan es la producción de queso, esto les ha permitido contar con espacios amplios y además contar con aspectos legales como salubridad, manipulación de alimentos entre otros.
III. Flujo de visitación y horarios (4,5,6)	<ul style="list-style-type: none"> A pesar de que actualmente reciben aproximadamente 15 pax es preferible que por las condiciones de infraestructura y personal atiendan máximo 10 pax, esto para contar con una mayor calidad en el servicio. Además ya tiene establecido que en caso de ser un grupo de niños deben ser acompañados por 2 adultos. El horario depende de las horas de ordeño de las vacas. prácticamente se puede atender un grupo de visitantes por día, lo que se convierte en una limitación al no haber flexibilidad de horarios. La duración del tour es de 2 horas y 30 minutos aproximadamente, no obstante, no existe estandarización del proceso ya que no existe una guía de actividades para los tiempos muertos, como por ejemplo mientras se prensa el queso.
IV. Alimentación (7)	<ul style="list-style-type: none"> Los dueños de a los finca ofrecen a los visitantes alimentación, tanto almuerzos como cafés, sin embargo es conveniente que cuenten con un menú establecido, ya sean 2 o tres platillos para ofrecer al cliente, de igual forma para continuar con la estandarización del proceso.
V. Aspectos operativos (8, 9, 10, 11, 12, 13)	<ul style="list-style-type: none"> En esta primera visita la misión y visión no están enfocadas al cliente el cual es uno de los requisitos establecidos por el ICT en la declaratoria. sin

	<p>embargo, tiene presente que los clientes son lo más importante y tiene muy claro que desean brindar una experiencia vivencial, y un buen servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se tiene claro que el turismo al que está dirigida la finca es el agroturismo que forma parte del turismo rural, y si bien es cierto es algo que los caracteriza no solo por la zona de incidencia donde están ubicados si no por la actividad que brindan al público. ● Por otro lado, la finca debe tratar de hacer llegar a sus clientes por medios propios como señalización en carretera, ya que al darse por medio de intermediarios se acortan algunos beneficios.
VI. Infraestructura (14)	<ul style="list-style-type: none"> ● Con respecto a esta categoría, el emprendimiento debe invertir en ciertos detalles, como por ejemplo, cumplir con la ley 7600.

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019).

Resultados observación participante etapa I

Con respecto a la observación participante, se determinó con anterioridad que se participaría del tour del queso, por lo que se observó con detenimiento cada parte del proceso. Se observaron aspectos operativos, relacionados a la infraestructura, organización del tour, limpieza del espacio entre otros. Por otra parte, se observó el tipo de servicio al cliente que ofrecen al turista. A continuación se presenta una tabla donde se especifica las respuestas obtenidas de la observación realizada el 30 de agosto.

Tabla 8: Resultados de observación participante etapa 1

Criterio	Cumple	No cumple	Mejorar
1. Cuenta con limpieza constante de área de tour.	X		
2. Los baños se ven limpios y en buen estado, además cuentan con todos los aspectos necesarios para baño público (papel higiénico, toallas de mano, espejo, jabón)			X
3. Las áreas de cocina y comedor se encuentran limpios y ordenados.	X		
4. Mantiene a los animales en buen estado de salud, buen trato y limpieza, y se lo hacen notar en el tour.	X		
5. La infraestructura del área de tour está en buen estado.			X

6. La infraestructura de los senderos, paso de personas (aceras, zonas públicas) entre otros está en buen estado		X
7. La infraestructura del área de cocina y comedor están en buen estado		X
8. Las áreas de seguridad en caso de emergencia se encuentran establecidas, rotuladas y en buen estado.		X
9. Están rotuladas las áreas públicas donde se permite el paso de los clientes.	X	
10. Los procedimientos del tour están rotulados.	X	
11. Tiene en un área visible el precio de las actividades y los horarios	X	
12. Cuenta con identificación las personas que brindan el tour.	X	
13. Cuentan con sistemas de medición del servicio al cliente.	X	
14. Brindan al cliente información verídica y real	X	
15. El tour como tal tiene un orden lógico: introducción, desarrollo y conclusión.		X

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019)

Tabla 9: Análisis de resultados de la observación participante etapa I

Criterio	Análisis de respuesta
I. Limpieza (1, 2, 3, 4)	<ul style="list-style-type: none"> • La limpieza de todas las áreas por lo general se encuentra en buenas condiciones. Sin embargo, debe ponerse especial énfasis en eliminar obstáculos en los distintos lugares, como restos de madera u otros materiales. • Además, necesita contar de forma completa con los implementos para baños públicos, que sugiere la declaratoria, tenerlos en orden, y por último se observó que no existe una lista de control donde se especifique quién y cuándo se realizó la limpieza.

II. Infraestructura (5, 6)	<ul style="list-style-type: none"> ● Necesita una pila en el área de tour, para que las personas puedan lavarse las manos antes de participar en la elaboración de queso, el baño está cerca pero no llega suficiente agua. ● No existen aceras o senderos donde las personas puedan transitar, la mayoría es césped por lo que puede causar un accidente. ● El área de comedor es pequeña, por lo que debe adaptarse un lugar más amplio para este fin, ya que no existe espacio suficiente para todos los visitantes.
III. Rotulación de áreas y procedimientos (7, 8, 9, 10, 11)	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuenta con áreas de seguridad en caso de emergencia pero no están rotuladas. ● No existen rótulos que especifiquen por donde se debe transitar o las zonas de riesgo. ● No cuenta con procedimientos por escrito. ● No cuenta con rótulos donde especifique el horario y precios
IV. Servicio al cliente (12, 13, 14 , 15)	<ul style="list-style-type: none"> ● No se da el uso de gafete de identificación, por lo que los visitantes no tienen el nombre de la persona a la vista. ● No se cuenta con algún tipo de medición de servicio al cliente, por ejemplo no existe un buzón de sugerencias donde colocar comentarios. Tampoco boletas para dar seguimiento a la satisfacción del cliente. ● Si se brinda información verídica, no obstante debe tratarse de establecer un orden en el proceso del tour por medio de la estandarización de actividades a realizar.

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019).

Resultados del Cuestionario etapa I

Se realizó un cuestionario con el manual de categorización completo. Este consta de 59 ítems, el cual permitió comprender la situación de la finca en un primer acercamiento al emprendimiento. Además se detectaron las situaciones que se deben atender pronto. Se obtuvo un resultado de 38% de 80% que se solicita como mínimo para la obtención de la declaratoria (Ver Anexo 1).

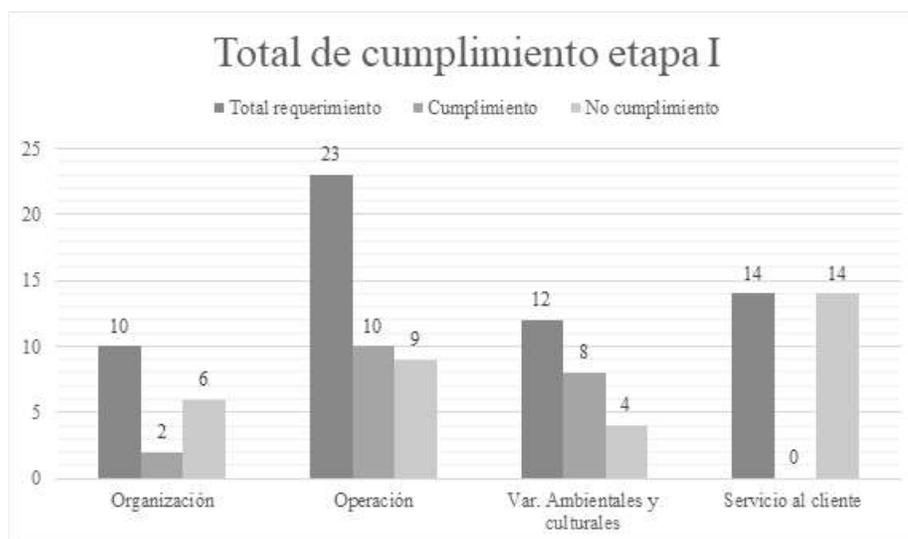
Tabla 10: Resultados de cuestionario etapa I

Nombre de la Empresa	Finca Villa de Luz			
DIMENSIÓN	Total Requerimiento	Cumplimiento	No Cumplimiento	NA
Capítulo I: De la organización	10	2	6	2
Capítulo II: De la operación de la actividad	23	10	9	4
Capítulo III: variables ambientales y culturales	12	8	4	0
Capítulo IV: El servicio al cliente	14	0	14	0
Total	59	20	33	6

Total cumplido 38%

Fuente: elaboración propia (Aguilar, K y Rodríguez, A. 2019)

Gráfico 1



Fuente: elaboración propia (Aguilar, K y Rodríguez, A. 2019)

Tabla 11: Análisis de resultados de cuestionario etapa I

Criterio	Análisis de respuesta
Organización (1-10)	<ul style="list-style-type: none"> ● Cumple con requisitos legales como los que solicita SENASA, para la crianza de animales. ● No cuenta con la patente de la municipalidad, para el manejo de la actividad turística. ● Deben actualizar los certificados de RCP. ● Los dueños de la finca son los mismos guías, por lo que cada uno conoce su rol. ● No poseen reglamento interno.
Operación(11-33) Las preguntas de la (19-23) no aplican	<ul style="list-style-type: none"> ● La actividad está enfocada en enseñar a los visitantes la labor de la preparación de queso artesanal y ordeño. ● La finca está rodeada de atractivos naturales como cataratas y culturales como el Monumento Nacional Guayabo. ● Se cuenta con un área donde se reciben a los turistas, que es su propia casa, sin embargo se debe adaptar un lugar en específico para el recibimiento y para brindar información. ● Cuenta con un área para brindar alimentación a los clientes, sin embargo, no tiene un menú establecido, ni espacio suficiente. ● El área de alimentación y en general, está en buen estado y limpieza, estas áreas deben adaptarse a la ley 7600, y estar rotuladas. ● El personal no está debidamente identificado. ● Todos los espacios necesitan rotulación.
Variable ambiental y cultural (34-45)	<ul style="list-style-type: none"> ● Si se da a conocer el patrimonio natural y cultural de la zona, estos 2 aspectos son parte importante del tour y la finca. ● Se implementa la educación ambiental y sostenible en la finca y la da a conocer, pero debe mejorar y profundizar en la información. ● La empresa tiene responsabilidad ambiental y sostenible, sin embargo debe darla a conocer, para aprovechar las acciones que realiza. ● Se da a conocer la gastronomía de la zona.
Servicio al cliente (46-59)	<ul style="list-style-type: none"> ● El servicio al cliente es uno de los objetivos de la declaratoria con el que menos cumple de forma general. ● No cuenta con una misión y visión enfocada al cliente. ● No tiene un plan de mercadeo enfocado al cliente. ● No cuenta con un método de medición de servicio al cliente. ● Si toma decisiones y recomendaciones basado en la opinión del cliente.

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019).

Etapa II

En la segunda visita a finca Villa de Luz, realizada el 10 de octubre del 2019 con una duración de 10 horas. Donde se decidió trabajar a partir de las secciones de operación y servicio al cliente, del manual de categorización de actividad temática de la declaratoria turística del ICT. Por esta razón, se tomaron las preguntas que obtuvieron como respuesta “no”, específicamente fueron 21 interrogaciones (para ver las preguntas originales consultar el Apéndice B).

Tabla 12: Resultados de entrevista etapa II

1. ¿Tiene rotulado los lugares seguros y recomendaciones para prevenir accidentes?	Se está trabajando en este apartado, sin embargo, se debe investigar quién es la persona idónea para brindar el conocimiento técnico, para la realización del plan de emergencia entre otros.
2. ¿Cuenta con guías escritas y visuales para los clientes sobre el proceso del tour?	En esta segunda etapa CCP está trabajando en las rotulaciones del proceso del tour, ejemplo estación 1 y estación 2.
3. ¿Cuenta con un menú establecido para el cliente?	En este caso el menú se adapta al presupuesto. Generalmente se brinda un casado (arroz, frijoles, plátano, ensalada y algún tipo de carne). Para vegetarianos se da una variación con queso frito.
4. ¿Desea tener un local para la venta de recuerdos y artesanías?	Comenta CCP: “Si me gustaría, porque tengo conocidos que trabajan muy bien y también para darles la oportunidad a los artesanos de la comunidad. Contribuir a la labor social y ayudarme a mí también”.
5. ¿Los senderos, puentes, barandas y cualquier otro acceso peatonal, se observa en buen estado de mantenimiento y limpieza?	En estos momentos no se cuenta con infraestructura de este tipo, pero si se espera implementarlo en el futuro.
6. ¿Los servicios sanitarios públicos están equipados con los accesorios básicos, Porta-papel, porta-toallas, secador de manos, espejos, jabonera líquida y basureros?	Si se tienen los implementos pero no se encuentran colocados en su respectivo lugar.
7. ¿El personal que atiende a los turistas lleva su correspondiente gafete?	Aún no se ha realizado.

8. ¿El personal estará debidamente uniformado?	Aún no se cuenta con uniformes por motivos económicos.
9. ¿Se dispone de Áreas y de Información (Visual, sonora o de texto) para Personas con Capacidad Física Restringida?	Este apartado se debe investigar para tener conocimiento de que es lo que comprende.
10. ¿Cuenta con misión y visión enfocada a satisfacer las necesidades del cliente, y la calidad de este?	La misión y visión ya fueron modificadas para que contengan enfoques realizados a la calidad en el servicio al cliente.
11. ¿Cuentan con un plan de mercadeo en el cual enfocado a brindar valor al cliente?	No se cuenta con la capacitación relacionada al mercadeo, no obstante CCP buscará preparación para la creación del plan.
12. ¿La empresa dispone de un sistema de medición de la satisfacción del cliente?	Se han realizado acciones como por ejemplo utilizar un buzón de sugerencias.
13. ¿Utilizan la opinión de los clientes en la toma de nuevas decisiones para la empresa?	Según indica CCP: “Si, las he tomado en cuenta. Aunque sea en forma oral las tomo en cuenta. Por ejemplo una señora de un hotel me dio sugerencias, las aplique y me han dado muy buenos resultados”.
14. ¿Se da un seguimiento al tema de servicio al cliente y la calidad de este?	Aún no se brinda un seguimiento a los clientes que visitan el emprendimiento.
15. ¿Se utiliza alguna boleta para medir la satisfacción del cliente?	No se ha implementado aún.
16. ¿Las boletas o formularios relacionados con el servicio al cliente se llevan en un archivo debidamente foliado?	No se ha implementado aún.
17. ¿Se trabaja con el personal o se dan instrucciones para mejorar y dar un buen servicio al cliente?	En este sentido se ha trabajado muy bien en los manuales de los puestos y lista de verificación de procesos.
18. ¿El servicio al cliente se evalúa periódicamente en busca de la mejora continua?	Se toman en cuenta las recomendaciones, pero no se evalúa la satisfacción a del cliente profundidad.
19. ¿La empresa tiene un procedimiento legal para tratar las quejas de los turistas consumidores y que está reflejado en su documento de contrato?	Aún no se ha implementado lo referente a este apartado.

<p>20. ¿Sigue y contesta las quejas que surgen de sus Representantes o Comercializadores? (Otros prestadores de Servicios como las Oficinas de Reservas, Agencias de Viajes, Hoteles, etc.</p>	<p>Si se da respuesta, y se toman en cuenta las críticas constructivas.</p>
<p>21. ¿La empresa proporciona entrenamiento periódico para reforzar la importancia del servicio al cliente?</p>	<p>Aún no se da la capacitación permanente en este tema.</p>

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019).

Tabla 13: Análisis de resultados de entrevista etapa II

Criterio	Análisis de respuesta
<p>I. Operación (1,2 ,3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Con respecto a la rotulación, se pudo observar que se está trabajando en rotular los espacios de los animales con sus nombres, lo cual visualmente es muy agradable. Sin embargo, se debe priorizar la rotulación de los lugares seguros y en lo que existe riesgo para los visitantes. Además de las guías visualmente escritas con respecto al proceso del tour, que se hará en la primer parte, segunda, tercera y así sucesivamente. ● Por otro lado es de importancia la creación del menú con los platillos costeados para mejorar la oferta y llevar el registro de ingresos y gastos de forma ordenada.
<p>II. Infraestructura (4, 5, 6)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● La finca cuenta con espacio suficiente para acondicionar ciertos lugares por ejemplo el local para artesanías que se desea implementar. Esta es una opción que le brindaría al cliente un plus. ● El tema de senderos y barandas es de suma importancia ya que las personas con discapacidad deben poder acceder al lugar y no se está poniendo especial atención, al igual que el orden y limpieza en los servicios sanitarios.
<p>III. Identificación (7, 8)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Los dueños aún no han implementado gafetes de identificación así como uniformes, este aspecto es importante para que los clientes puedan realizar preguntas y se cree un clima de confianza, se puede realizar de forma artesanal.
<p>IV. Áreas de información (9)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Con respecto a las áreas de información para personas con discapacidad, se considera que primero se deben rotular las áreas comunes entre otros y luego considerar colocar señales ya sea visuales o sonoras. El emprendimiento al encontrarse en una etapa donde está comenzando a desarrollarse debe priorizar ciertos aspectos antes otros.

V. Organización interna (10, 11)	<ul style="list-style-type: none"> • La misión, visión y objetivos ya han sido modificados para que se les dé un especial enfoque hacia la satisfacción del cliente. • El plan de mercadeo es un documento importante en el que se debe trabajar, sin embargo, debe tenerse asesoría en este apartado para poder realizarlo de la mejor manera y adaptado por completo al emprendimiento.
VI. Satisfacción del cliente (12, 13, 14, 15)	<ul style="list-style-type: none"> • Con respecto a la medición de la satisfacción del cliente, se está trabajado en crear un nuevo buzón de sugerencias que se encuentre en un lugar visible para que los clientes puedan expresarse de manera anónima. • Los dueños del emprendimiento toman en cuenta las críticas constructivas y procuran mejorar a partir de ellas. No obstante, debe implementarse el uso de boletas para medir la satisfacción del cliente.
VII. Seguimiento del servicio al cliente (16, 17, 18,19,20,21)	<ul style="list-style-type: none"> • Al no existir aún sistemas de medición del servicio al cliente tampoco se puede llevar un registro del mismo. • Los dueños de la finca deben poder tener capacitación en el tema del servicio al cliente para la mejora continua.

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019).

Etapa III

Para esta etapa se utilizó la observación participante para conocer los avances que ha mostrado la finca en las últimas semanas. Misma que se realizó el 18 de octubre del 2019 con una duración de 10 horas, en la cual se determinaron aspectos relacionados a infraestructura, rotulación, limpieza y servicio al cliente. Para llevar a cabo esta observación se utilizó la rúbrica del (Apéndice C) específicamente las que tienen como respuesta en la primera etapa “no” y “mejorar”. Esta observación está dirigida a responder el último objetivo de la investigación relacionado a la recomendación que se brindarán en la asesoría sobre servicio al cliente y operación.

Tabla 14: Resultados de observación participante, etapa III

Criterio	Si cumple	No cumple	Mejorar
1. Los baños se ven limpios y en buen estado, además cuentan con todos los aspectos necesarios para baño público (papel higiénico, toallas de mano, espejo, jabón)			X

2. La infraestructura del área de demostración está en buen estado.			X
3. La infraestructura de los senderos, paso de personas (aceras, zonas públicas) entre otros está en buen estado			X
4. La infraestructura del área de cocina y comedor están en buen estado			X
5. Las áreas de seguridad en caso de emergencia se encuentran establecidas, rotuladas y en buen estado.		X	
6. Están rotuladas las áreas públicas donde se permite el paso de los clientes.			X
7. Los procedimientos del tour están rotulados.	X		
8. Cuenta con identificación las personas que brindan el tour.			X
9. Cuentan con sistemas de medición del servicio al cliente.	X		
10. Tiene en un área visible el precio de las actividades y los horarios			X

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A. 2019)

Tabla 15: Análisis de resultados de observación participante

Criterio	Análisis de respuesta
I. Limpieza (1)	<ul style="list-style-type: none"> • Aún no cuenta con implementos necesarios para baño público
II. Infraestructura (2, 3, 4)	<ul style="list-style-type: none"> • La infraestructura sigue en el mismo estado que la primera etapa. • Los senderos y aceras está en buen estado, pero aún no cuentan con lo establecido por la ley 7600
III. Operación (5, 6, 7)	<ul style="list-style-type: none"> • Aún no se ha establecido un área segura en caso de emergencia y su respectiva rotulación • Está en proceso en rotular las áreas • Ya tienen por escrito cada uno de los procedimientos y también quién es el responsable de cada aspecto. • Está en proceso el rótulo de precios y horarios.

IV.	Servicio al cliente	al	<ul style="list-style-type: none"> ● Está en proceso el gafete de identificación ● Ya cuentan con un buzón de sugerencias, sin embargo, necesitan tener la información foliada de las boletas. ● Contar con un plan de mercadeo que incluya el servicio al cliente.
	(8, 9, 10)		

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019).

Resultados de cuestionario etapa III

Para esta última etapa se volvió a aplicar el cuestionario con el fin de contrastar los cambios con respecto primer etapa. Lo anterior permitió comprender la situación de la finca en esta tercera visita para brindar las recomendaciones óptimas a corto, mediano y largo plazo de una forma más adecuada para los objetivos de servicio al cliente y operación. A nivel general se obtuvo un resultado de 53% de 80% que se solicita como mínimo para la obtención de la declaratoria (Ver Anexo 1).

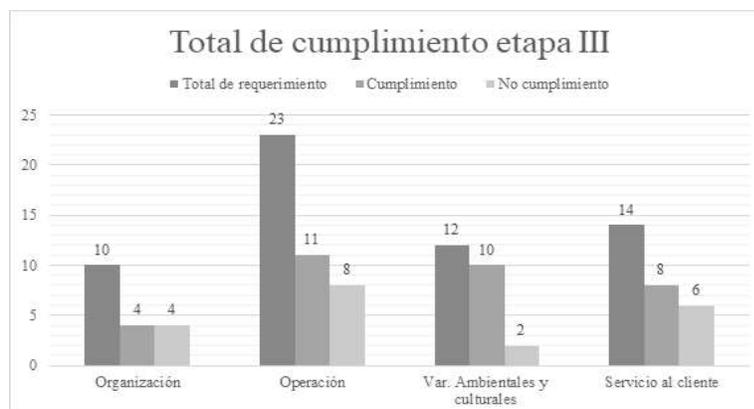
Tabla 16: Resultados de cuestionario etapa III

Nombre de la Empresa	Finca Villa de Luz				
	DIMENSIÓN	Total Requerimiento	Cumplimiento	No Cumplimiento	NA
Capítulo I: De la organización		10	3	5	2
Capítulo II: De la operación de la actividad		23	11	8	4
Capítulo III: variables ambientales y culturales		12	9	3	0
Capítulo IV: El servicio al cliente		14	5	9	0
	Total	59	28	25	6

Total cumplido 53%

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019).

Gráfico 2



Fuente: elaboración propia (Aguilar, K y Rodríguez, A)

El gráfico anterior muestra el total de ítems, los cumplidos y los no cumplidos, en este caso se nota el avance que han desarrollado los dueños de la finca, ya que implementaron algunos ítems que no cumplían en la etapa 1. Por esta razón el aumento en el porcentaje total de cumplimiento de un 38% a un 53% en esta tercera etapa.

Tabla 17: Análisis de resultados de cuestionario etapa III

Criterio	Análisis de respuesta
<p>I. Operación(11-33)</p> <p>Las preguntas de la (19-23) no aplican</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aún no se cuenta con la rotulación de las áreas accesibles y seguras para los turistas. • Para la declaratoria turística es necesario que se cuente con un menú específico en caso de que brinde alimentación, sin embargo para esta tercera etapa este punto de la operación no se cuenta. • Los dueños de la finca mencionan que en futuro desean contar con un área destinada a suvenir y recuerdos, a pesar de que la finca cuenta con amplio espacio para esta idea, aún no se cuenta con la infraestructura indicada para llevarlo a cabo. • Por otra parte, las áreas destinadas a los tour se encuentran en constante limpieza, y ya se cuenta con los procedimientos del mismo de forma escrita y detalla quién es la persona encargada de cada tarea.

Criterio	Análisis de respuesta
<p>II. Servicio al cliente (46-59)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para esta última aplicación de la declaratoria como cuestionaron se puede notar que se mejoraron aspectos del servicio al cliente pues ya cuenta con una misión y visión enfocada al cliente. Además cuenta con una forma de medir el servicio al cliente a través del buzón de sugerencias. • Sin embargo, aún hay aspectos que mejor como el seguimiento que se le da a los clientes y también la toma de decisiones basados en la opinión y deseos de quienes llegan a la finca.

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019).

f. Conclusiones

A continuación se abordarán las principales conclusiones a las que se ha llegado por medio de la ejecución de las 3 etapas desarrolladas durante el trabajo y respondiendo a los objetivos planteados en un principio.

Los objetivos de esta investigación estaban enfocados en mejorar la gestión turística enfocada en la declaratoria turística del ICT. Ahora bien, la finca Villa de Luz cuenta con un producto turístico que se puede incorporar en la categoría de actividad temática. Al realizar las 3 etapas de la investigación se puede comprobar cuáles son los requisitos con los que cuenta la finca para poder obtener la declaratoria. En este caso, se plantean recomendaciones para que la misma mejore y logre cumplir con todos los requisitos.

Durante la primera etapa se pudo observar como la finca se encontraba a menos de la mitad de los requisitos necesarios para la obtención de la declaratoria turística para actividades temáticas. De este modo contaba con 38% de 80% mínimo que es requerido. Al implementar las 3 herramientas de la investigación como lo son la observación participante, la entrevista y el cuestionario de manual de categorización se obtuvo un diagnóstico general de la situación de la finca. El cual mostro que la finca no cumplía de forma completa con los cuatro capítulos del formulario: la organización, operación de la actividad, variables culturales y ambientales y servicio al cliente. Esto para poder brindar un producto de muy alta calidad y además obtener el certificado del ICT.

A partir de la segunda etapa con una valoración general del emprendiendo, se comenzó a trabajar con los dos ejes fundamentales de la asesoría: la operación y el servicio al cliente. De este modo a nivel operativo los requisitos más importantes en los que se debe trabajar comprenden la infraestructura del lugar, la rotulación, señalización de todas las áreas, la carta de menú, así como un documento donde se detallen los servicios que se ofrecen. Por otra parte, aspecto como limpieza, mantenimiento e identificación de las personas de que brindan el tour son aspectos que también debe tomar en cuenta para su mejora.

Por otra parte en la determinación del tipo de servicio al cliente que se ofrece en la finca que corresponde al segundo objetivo. Durante la ejecución de la segunda y tercera etapa, se reflejó uno de los cambios más notorios, ya que en la primer aplicación del cuestionario contaba con cero requisitos en servicio al cliente y en la tercer aplicación paso a cumplir cinco de ellos. Se destaca que deben continuar trabajando en creación de un sistema de medición de la satisfacción del cliente por medio del uso de boletas debidamente foliadas.

Además contar con una política de servicio al cliente y poseer capacitación constante de los dueños, un plan de mercadeo que incluya el servicio al cliente en su descripción. Como se menciona anteriormente en una tercera visita se pudo notar un avance al aplicar el formulario de categorización del ICT. Se obtuvo una puntuación total del 53% de 80% de los requisitos esto demuestra que se han mejorado ciertos aspectos a partir de la aplicación del manual y entrevistas en conjunto que se llevaron a cabo.

g. Recomendaciones

A continuación se mostraran recomendaciones para la mejora, que van dirigidas a la operación y el servicio al cliente dadas a corto, mediano y largo plazo de manera aproximada, ya que algunos de los requisitos pueden tardar más tiempo de lo propuesto.

Recomendaciones a corto plazo para la operación

Para las mejora en la operación se deben tomar en cuenta las siguiente recomendaciones, las mismas fueron tomadas de la declaratoria turística que brinda el ICT se estima un periodo de 3-6 meses aproximadamente.

- Todos los servicios y los accesos a las actividades deben encontrarse rotulados.
- El turista debe estar informado sobre las áreas de seguridad y la información general del establecimiento.
- Debe crearse un menú donde se detalle la composición de los platillos y los precios con los impuestos de ley (renta y ventas).
- Siempre que se atienda a los visitantes deben estar debidamente uniformados y con gafete indicando, puesto, nombre y fotografía.
- Mantener los servicios sanitarios en buen estado de mantenimiento y limpieza, además de tener todos los implementos necesarios como: porta papel, porta toallas, jabón, espejos y basurero.
- Mantener en un área visible y por escrito los procedimientos y mantenimiento de las áreas públicas y las tareas de cada colaborador, ejemplo una lista de registro de cuando se hizo limpieza de cierta área y quien lo realizó.
- Tener por escrito y visible un reglamento dentro de la finca, es decir que no pueden hacer los turistas dentro del lugar. Ejemplo: no fumar, no consumo de bebidas alcohólicas, no gritar para no estresar a los animales, no alimentar a los animales, entre otros. Es recomendable expresarlo al inicio del tour.
- Estandarizar todo el proceso de la visitación, llevar un hilo conductor de introducción, desarrollo y conclusión. Analizando las actividades que se desea mostrar y

procurando que los tiempos de ejecución sean siempre de la misma forma para que no haya descontrol.

Recomendaciones a corto plazo para el servicio al cliente

Ahora bien el otro apartado que se convirtió en eje fundamental del trabajo es el servicio al cliente, se estima un duración de 3-6 meses aproximadamente para el cumplimiento de estos requisitos.

- La misión y visión debe colocarse en un lugar visible y en un material de buena calidad. Y, lo más importante interiorizar esos objetivos para convertirlo en el motivo principal de la organización ya que el cliente es el más importante.
- Crear una boleta de satisfacción del cliente, donde se pregunten aspectos básicos, como qué le pareció el servicio, el tour, la alimentación, infraestructura sugerencias entre otros que considere importante y tenerlas debidamente foliadas.
- Considerar inscribirse en un curso de servicio al cliente en el INA u otra entidad.
- Realizar un análisis a conciencia acerca del flujo de visitación (capacidad de personas por grupo que puede recibir) para brindar la mejor calidad en el servicio. Se recomienda que sean máximo 10 personas, en el caso de los niños 8 con 2 adultos, esto por la capacidad en la infraestructura.

Recomendaciones a mediano plazo para la operación

Para las recomendaciones a mediano plazo se estimó una duración de 6 meses a 1 año aproximadamente. A partir de los aspectos de la operación de la actividad, se debe recalcar que las siguientes recomendaciones a pesar de tener una duración mayor son prioritarias, ya que son obligatorias por parte de la Reforma Reglamento de empresas y actividades turísticas (2019), según lo anterior se debe contar con un equipamiento e infraestructura mínima para empresas dedicadas a actividades temáticas. Con respecto a las disposiciones generales de información y seguridad al turista se debe tomar en cuenta lo siguiente:

1. Poseer e indicar los accesos de vehículos, peatones y obras para personas con discapacidad.
2. Estacionamientos, con espacios para personas con discapacidad con acceso a las otras instalaciones.
3. Contar con un área de recepción para la atención al público (puesto donde se brinda la información).
4. Servicios sanitarios públicos separados para cada sexo, al menos uno de ellos adaptado para personas con discapacidad.
5. Seguridad y prevención contra emergencias, señalización de salidas, luces de emergencias, extintores y alarmas contra incendios.
6. Ubicar las bodegas indicando su uso.
7. Mantener los senderos, puentes y barandas en buen estado de mantenimiento y limpieza. Además con acceso para personas con alguna discapacidad.

Recomendaciones a mediano plazo servicio al cliente

- Contar con una política escrita de servicio al cliente, donde se especifiquen los compromisos y forma en que se brindaran los productos y servicios.
- Realizar un plan de mercadeo con un profesional en el tema que les oriente e incluya el servicio al cliente.

Recomendaciones a largo plazo para la operación

En este caso la duración se presenta en un rango de 1 año a 2 años aproximadamente.

- Creación de un área para la venta de artesanías, esta no es indispensable pero representa un extra en la actividad.
- Ampliar el área de comedor para que las personas del tour puedan estar juntas, pueden acondicionarse espacios al aire libre por medio de mesas con techo.
- Disponer en las áreas información visual, sonora o táctil para las personas con capacidad restringida.

Recomendaciones a largo plazo servicio al cliente

- Cuando el producto de la finca Villa de Luz se encuentre consolidado, es importante darse a conocer por medio de redes sociales (Facebook e Instagram) ya que la mayoría de los posibles clientes suelen seguir las empresas que les interesa. Puede incluso realizarse ofertas o rifas por estos medios.
- Es importante crear relaciones con otras empresas como hoteles o agencias de viajes cercanas que puedan enviar con regularidad clientes a la finca.

Referencias bibliográficas y electrónicas

Abrecht, M. (2012). Informe ambiental anual 2012: premio de monografía. Buenos Aires: Fundación Ambiente y Recursos Naturales.

Aguilar, J. (2019). El servicio al cliente. Recuperado el 15 de octubre de 2019 desde: http://www.direcciondepersonal.com/servicio_al_cliente.pdf

Bayas y Mendoza. (2018). Modelo de gestión para el turismo rural en la zona centro de Manabí, Ecuador. Recuperado el 1 de noviembre del 2019 desde <http://C:/Users/Karla%20Aguilar%20R/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionParaElTurismoRuralEnLaZonaCentroDeM-6870907.pdf>

Barrantes Echavarría, R. (2016). Investigación: Un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. UNED, CR. (P.253-318).

Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Pearson Educación. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books/about/Metodología_de_la_investigación.html?hl=es&id=h4X_eFai59oC&redir_esc=y

Blanco, M. 2008. Fortalecimiento de la agricultura familiar a través del agroturismo: el caso de la finca La Florita, Santa Cruz de Turrialba, Costa rica. Ponencia IV Congreso Internacional de la Red SYAL, Mar del Plata, 27 – 31 octubre de 2008. Recuperado el 19 de setiembre del 2019 de: <https://docplayer.es/36468357-Fortalecimiento-de-la-agricultura-familiar-a-traves-del-agroturismo-el-caso-de-la-finca-la-florita-santa-cruz-de-turrialba-costarica.html>

Blanco, M. 2004. Diseño de la ruta alimentaria de queso Turrialba. Proyecto final. Posgrado en Turismo Rural, Universidad de Buenos Aires. Recuperado el 19 de setiembre del 2019 de: <https://docplayer.es/36468357-Fortalecimiento-de-la-agricultura-familiar-a-traves-del-agroturismo-el-caso-de-la-finca-la-florita-santa-cruz-de-turrialba-costarica.html>

- Blanco M y, Granados L. (2007). Queso Turrialba Costa Rica: Consultoría realizada para la FAO y el IICA en el marco del estudio conjunto sobre los productos de calidad vinculada al origen. Recuperado el 19 de marzo del 2018 desde: <http://infolactea.com/wp-content/uploads/2015/03/216.pdf>
- Barrante Echeverría, R (2016). Investigación: un camino al conocimiento un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. EUNED, Costa Rica (pág. 253-318)
- Calvo, A. 2016. Propuesta de producto turístico para COOPROTURS R.L. de San Ramón, La Virgen, Sarapiquí. Recuperado el 3 de noviembre del 2019 desde https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/6747/propuesta_producto_tur%20c3%adsticos_para_cooproturs.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cascante, M. 2003. Concentración de queserías en las faldas del Volcán Turrialba. Proyecto Sistemas Agroalimentarios Localizados. PRODAR, UNA, IICA. Heredia, CR. 49 p. Recuperado el 19 de setiembre del 2019 de: <https://docplayer.es/36468357-Fortalecimiento-de-la-agricultura-familiar-a-traves-del-agroturismo-el-caso-de-la-finca-la-florita-santa-cruz-de-turrialba-costa-rica.html>
- Colina, J. (s.f). El concepto del producto turístico. Recuperado de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2.Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- Cooper C, Fletcher J, Gilbert D y Wanhills (1997). Turismo; principios y prácticas. Editorial. Diana México (pág, 1-23).
- Díaz- Bravo; Torruco-García; Martínez-Hernández y Varela-Ruiz.(2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Recuperado el 21 de septiembre del 2019 desde <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Díaz Coutiño, R. (2015). Desarrollo sustentable un oportunidad para la vida. McGraw- Hill Interamericana, editores SA México.

Editorial Definición MX. (08 agosto 2014). Definición de Asesoramiento. Recuperado el 19 de septiembre del 2019 de: <https://definicion.mx/?s=Asesoramiento>

Félix, G. y Doumet, Y. 2016. Teoría y práctica del Turismo Rural: casos de Planificación. Ecuador. 1:89. Recuperado el 1 de noviembre del 2019 desde <http://C:/Users/Karla%20Aguilar%20R/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionParaElTurismoRuralEnLaZonaCentroDeM-6870907.pdf>

Flores, M y Picón J. (2009). Organización comunitaria en proyectos de turismo rural: la experiencia en la Península y Golfo de Nicoya, Costa Rica. ECO Revista Académica, 69-78.

Fontana, Y. (2012). Proceso de Incidencia para la Elaboración del Proyecto de Ley de Fomento al Turismo Rural Comunitario en Costa Rica, Ley 8724. Recuperado el 21 de octubre del 2019 desde: https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/2997/Informe_Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García Cuesta, J. L. (1996): «El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria», en: Estudios Turísticos, n° 132.

García, G. (s.f). La identidad. Recuperado el 30 de marzo del 2018 desde <https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/03.pdf>

Guías de Costa Rica, (2019). ¿Cuáles son los cantones de Costa Rica? Recuperado de: <https://guiascostarica.com/provincia-cartago/>

Hernández, A y Picón, J. (2014) Turismo rural comunitario en latinoamérica: estudios de caso. J. C. Picón, D. Caravaca, A. Hernández, L. Obando (Eds). Heredia: Universidad Nacional de Costa Rica: CEMEDE, 2018.

Huamán, D. (2011). Fuentes de información. Recuperado el 5 de octubre del 2019 desde http://bvspers.paho.org/videosdigitales/matedu/cam2011/Fuentes_informacion.pdf?ua=1

Inostroza, G. (2018). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión turística*, (10), 77-90

Instituto Costarricense de Turismo. (2018). Reglamento de empresas y actividades turísticas. Recuperado de: <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislación-de-empresas/leyes-y-reglamentos/595-reglamento-de-las-empresas-y-actividades-turisticas-1/file.html>

Instituto de Fomento y Asesoría municipal. (s.f). Atlas cantonal de Costa Rica, Turrialba. Recuperado el 22 de noviembre del 2019 desde https://ccp.ucr.ac.cr/bvp/mapoteca/CostaRica/generales/atlas_cantonal_1984/

Instituto Costarricense de Turismo. (2019). Plan anual operativo para el 2019. recuperado el 14 de octubre del 2019 desde <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/instituto-costarricense-de-turismo-ict/planificacion/1208-ict-pao-2019/file.html>

Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura (2012). Queso Turrialba: historia y sabor de una Denominación de Origen. Recuperado el 17 de agosto del 2019 desde <https://www.iica.int/es/prensa/noticias/queso-turrialba-historia-y-sabor-de-una-denominaci%C3%B3n-de-origen>

Lafuente Ibáñez, Carmen; Marín Egoscozábal, Ainhoa Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 64, septiembre-diciembre, 2008, pp. 5-18 Universidad EAN Bogotá, Colombia. Recuperado el 19 de septiembre del 2019 de: <file:///C:/Users/gmg/Desktop/PROGRAMAS/20612981002.pdf>

Lalangui, J et al. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. recuperado el 4 de octubre del 2019 desde <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>

- La Nación (2014). Una oportunidad para Guayabo de Turrialba. Recuperado el 17 de agosto del 2019 desde <https://www.nacion.com/opinion/foros/una-oportunidad-para-guayabo-de-turrialba/CVQL4IVRCVA4RINOE325VS2GFE/story/>
- Malhotra, N. (2008). Investigación de mercados. Naucalpan de Juárez: Pearson Education. Recuperado de: [https://biblio.uade.edu.ar/client/es_ES/biblioteca/search/detailnonmodal/ent:\\$002f\\$002fSD_ILS\\$002f0\\$002fSD_ILS:311870/ada?qu=INTERNET&ic=true&ps=300](https://biblio.uade.edu.ar/client/es_ES/biblioteca/search/detailnonmodal/ent:$002f$002fSD_ILS$002f0$002fSD_ILS:311870/ada?qu=INTERNET&ic=true&ps=300)
- Martínez, J. (2004). ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS Y TÉCNICAS PARA LA INVESTIGACIÓN SOCIAL. Universidad Mesoamericana. México D.F. Recuperado de: <http://geiuma-oax.net/sam/estrategiasmetytecnicas.pdf>
- Monge Ramírez, S., & Tenorio López, S. (2009). Seminario de Capacitación. "MODELOS DE TURISMO Y PRODUCTOS EN EL ÁMBITO RURAL Y RURAL COMUNITARIO EN NICARAGUA". Managua - Nicaragua: n. publicado.
- Picón, J. (2018). Estrategias de Turismo Rural en América Latina y el Caribe. Heredia: Universidad Nacional de Costa Rica: CEMEDE.
- Picón, J. (2017). La cuestión turística: aproximaciones epistemológicas y estudios críticos sobre su práctica. Nicoya: Universidad Nacional de Costa Rica: CEMEDE, 2017. 140 páginas.
- Plan de Gobierno de Turrialba (2016-2020). Recuperado de: <https://www.muniturrialba.go.cr/docs/alcaldia/PLAN%20DE%20GOBIERNO.pdf>
- Plan de Gobierno de Cartago (2016-2020). Recuperado de <http://www.muni-carta.go.cr/wp-content/uploads/2017/11/Plan-de-Gobierno-2016-2020.pdf>
- Programa de Cooperación al Desarrollo Económico Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO Embajada de Suiza en Perú. (2014). Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos. Recuperado el 4 de octubre del 2019 desde

https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf

Riveros, H y Blancos, M. (2003). El Agroturismo, Una alternativa para revolucionar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. Recuperado de [http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20\(Hernando%20Riveros\).pdf](http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20(Hernando%20Riveros).pdf)

Sistema Costarricense de Información Jurídica, (2019). Reforma Reglamento de empresas y actividades turísticas. Recuperado el 23 de octubre de 2019 desde: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=61495&nValor3=69825&strTipM=TC

Trujillo, C; Naranjo, M; Lomas, K y Merlo, M. (2019). Investigación cualitativa. Editorial Universidad Tecnica del Norte (UTN), Ibarra - Ecuador.

Una mirada a experiencias exitosas de agroturismo en América Latina / IICA - San José, C.R: IICA, 2010.

Vilímkova, O. (2015). Turismo vivencial – presentación de actividades y su impacto en la vida de algunas comunidades andinas en Perú. Recuperado el 1 de noviembre del 2019 desde <http://C:/Users/Karla%20Aguilar%20R/Downloads/elohi-479.pdf>

Yáñez, D. (s.f). ¿Qué es el Enfoque de la Investigación? Tipos Principales. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/enfoque-investigacion/>

Yurjevic, A. (2016). La magia del mundo rural latinoamericano. J. C. Picón, D. Caravaca, A. Hernández, L. Obando (Eds). Heredia: Universidad Nacional de Costa Rica: CEMEDE, 2018.

Anexos

Anexo 1: Manual de categorización de actividades temáticas, declaratoria turística del ICT (cuestionario)

A continuación, se muestra todos los ítems del manual tal cual como se obtiene de la página del Instituto Costarricense de Turismo.

INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO

DIRECCION DE GESTION TURISTICA

SISTEMA DE CALIDAD TURÍSTICA DE COSTA RICA

Calificación para las Actividades Turísticas Temáticas

#	Requerimiento	Puntaje	%
1	Capítulo I De la Organización	10	17%
2	Capítulo II De la Operación	23	39%
3	Capítulo III Variables Ambientales y Culturales	12	20%
4	Capítulo IV Del Servicio al Cliente	14	24%

Total		59	100%
--------------	--	-----------	-------------

CAPÍTULO I: DE LA ORGANIZACIÓN

#	Requerimiento	Si	No	NA
1	Cumple con las regulaciones para su operación establecidas por el Ministerio de Salud.			
2	Cumple con las Regulaciones para su operación establecidas por la Municipalidad local.			
3	En caso de ofrecer los servicios de hospedaje se encuentra debidamente inscrito ante las autoridades locales.			
4	La empresa dispone de un Seguro de Responsabilidad Civil y gastos médicos.			
5	Cuando se involucran actividades de Turismo de Aventura las mismas se apegan a lo establecido por el Ministerio de Salud.			
6	La empresa dispone de una bitácora de Mantenimiento			
7	La empresa dispone de un Manual de Seguridad			
8	Los Guías tienen el certificado de Primeros Auxilios y RCP			
9	Se dispone de Guías para atender a los turistas tanto en forma individual o grupal			
10	La empresa dispone de un Reglamento Interno de Operación para el desarrollo de sus visitas.			

Total	0	0	0
--------------	----------	----------	----------

CAPÍTULO II: DE LA OPERACIÓN DE LA ACTIVIDAD

#	Requerimiento	Si	No	NA
11	Considera un aspecto temático como eje principal de su Actividad Turística.			
12	En lo que respecta a su ubicación el proyecto se encuentra rodeado de atractivos turísticos tanto naturales como culturales de importancia.			
13	Se cuenta con Disposiciones Generales de Información y Seguridad al Turista.			
14	Se cuenta con una sala para la recepción del turista individual o en grupo, donde se le proporcionan servicios varios y de información general.			
15	Todos los servicios y accesos a las actividades se encuentran señalados.			
16	En caso de contar con un restaurante, su planta física se encuentra en buen estado de mantenimiento y limpieza.			
17	Se dispone de una carta de menú, donde se detalla la composición de los platos y precios con los impuestos de ley.			
18	Las mesas y sillas del salón se encuentran en buen estado de mantenimiento y limpieza.			

19	En caso de contar con kioscos o sodas para el consumo de alimentos y bebidas estos se encuentran en buen estado de mantenimiento y limpieza.			
20	El mobiliario de los kioscos o sodas se encuentran en buen estado de mantenimiento y limpieza.			
21	La empresa dispone de equipo de comunicación portátil entre los guías con la base de operaciones.			
22	La empresa dispone de equipo especializado para el desarrollo de sus programas (Caminatas, Caballos, Cavernas, Canopy y de aventura en general) el cual según su modalidad será certificado y se encontrará en buen estado de mantenimiento y limpieza, lo que implica que según la modalidad de prestación de servicio deberá contar con equipo certificado para la práctica de este tipo de deportes que se caracteriza por su nivel de alto riesgo. El equipo disponible no debe tener malos olores, ni presentar desgaste o deterioro alguno.			
23	La empresa dispone de un local para la venta de recuerdos y artesanías.			

#	Requerimiento	Si	No	NA
24	La Planta Física a nivel de áreas comerciales se observa en buen estado de Mantenimiento y Limpieza, lo que significa que cualquier construcción que se haya desarrollado en el proyecto con fines de explotación turística, deberá contar con pisos, paredes, cielo raso, equipo y accesorios disponibles que le garanticen al turista su buen uso y seguridad.			

25	Cualquier instalación con fines turísticos, a nivel de bodegas, establos, viveros u otros de uso y acceso para el turista deberá encontrarse en buen estado de mantenimiento a nivel de pisos, paredes, cielo raso y techos, como a nivel de equipo y accesorios. En cuanto a la limpieza se refiere, esta incluye superficie libre de suciedad, manchas o cualquier otro detalle que resulte desagradable a la vista del turista incluyendo la ausencia de malos olores.			
26	Los senderos, puentes, barandas y cualquier otro acceso peatonal se observa en buen estado de mantenimiento y limpieza.			
27	Los servicios sanitarios públicos están equipados con los accesorios básicos: Porta-papel, porta-toallas, secador de manos, espejos, jabonera líquida, y basureros.			
28	La loza sanitaria a nivel de inodoros, lavabos, y otros, se encuentra en buen estado de mantenimiento y limpieza, esto significa que debe tener todas sus piezas completas a nivel de inodoro, tanque y lavatorio, siendo el acabado del mismo acorde para sus propósitos de operación. En lo que respecta a la limpieza dicha losa debe encontrarse libre de manchas y de suciedad alguna como de malos olores.			
29	La planta física a nivel de Servicios Sanitarios se encuentra en buen estado de mantenimiento y limpieza a nivel de pisos, paredes, cielo raso, puertas y ventanas debe encontrarse libre de deterioro alguno, reflejando un buen acabado en sus materiales constructivos, como en su textura y pinturas tanto exteriores como interiores.			
30	El personal que atiende a los turistas lleva su correspondiente gafete.			

31	El personal estará debidamente uniformado.			
32	El personal se encontrará capacitado según los puestos de trabajo.			
33	Se dispone de Áreas y de Información (Visual, sonora o de texto) para Personas con Capacidad Física Restringida.			
Total		0	0	0

CAPÍTULO III VARIABLES AMBIENTALES Y CULTURALES

#	Requerimiento	Si	No	NA
34	La empresa da a conocer el patrimonio natural existente en el sitio en donde se realizan las actividades.			
35	La empresa da a conocer el patrimonio cultural existente en el sitio donde se realizan las actividades.			
36	La empresa demuestra que promueve la Educación Ambiental y consolida la Cultura Ambientalista.			
37	Se establecen recomendaciones para el Turista sobre su comportamiento para con el medio natural.			
38	La empresa demuestra que está interesada en implementar medidas para reducir su impacto con el medio ambiente (uso de productos biodegradables, etc.).			

39	La empresa demuestra que desarrolla prácticas ambientales sostenibles.			
40	La empresa incluye dentro de sus actividades espectáculos o expresiones artístico-culturales.			
41	La empresa apega sus diseños al modelo de Arquitectura propios de su región.			
42	Se da la puesta en valor de la gastronomía local, como un elemento de rescate del patrimonio costarricense.			
43	La empresa desarrolla programas ambientales con la comunidad inmediata			
44	La empresa dispone de programas ambientales específicos para la conservación de los recursos naturales			
45	La experiencia dentro del sitio permite reconocer elementos culturales locales además de los nacionales.			
Total		0	0	0

Capítulo IV: EL SERVICIO AL CLIENTE

	Requerimiento	Si	No	NA
46	La declaración de Misión de la Organización menciona "el servicio al cliente" como parte de su carácter especial.			
47	La empresa demuestra que tiene una política escrita de servicio al cliente			

48	El servicio al cliente está incluido en el Plan de Mercadeo			
49	Se comunican las políticas de servicio a los clientes.			
50	La empresa dispone de un sistema de medición de la satisfacción del cliente.			
51	La Junta Directiva o el más alto nivel de la empresa utilizan la información del servicio al cliente como base para tomar decisiones.			
52	La Junta Directiva consigna recursos suficientes para dar mantenimiento o seguimiento el tema de servicio al cliente.			
53	Para el servicio al cliente se recogen datos esenciales mediante la aplicación de una boleta.			
54	Las boletas o formularios relacionados con el servicio al cliente se llevan en un archivo debidamente foliado.			
55	Al personal se le dan instrucciones claras respecto a la naturaleza de su esperada contribución al servicio al cliente.			

56	El servicio al cliente se evalúa periódicamente en busca de la mejora continua.			
57	La empresa tiene un procedimiento legal para tratar las quejas de los turistas consumidores y que está reflejado en su documento de contrato.			
58	Sigue y contesta las quejas que surgen de sus Representantes o Comercializadores (Otros prestadores de Servicios como las Oficinas de Reservas, Agencias de Viajes, Hoteles, etc.			
59	La empresa proporciona entrenamiento periódico para reforzar la importancia del servicio al cliente.			
Total		0	0	0

Anexo 2: Herramienta tecnológica GESTUR

En conjunto con estudiantes de computación se está diseñando la herramienta GESTUR. Esta se realizó con el fin de agilizar el procedimiento de conocer los requerimientos que son necesarios para alcanzar la declaratoria turística así como el porcentaje con el que cumple el emprendimiento antes de solicitar la declaratoria. La aplicación está conformada por 3 partes:

Primero es una aplicación de Android altamente compatible que puede utilizarse en cualquier versión de Android.

Segundo cuenta con una Página web, con alta compatibilidad con los buscadores y una base de datos documental.

Tercero la aplicación de Android va a tener disponible dos roles o dos tipos de usuario: el usuario gestor y el usuario cliente.

Además:

1. En la App el usuario o cliente va a tener la capacidad de obtener los formularios y llenarlos. Ese grupo de formularios va a estar dentro de un trámite, este trámite se le asigna a un gestor.
2. El gestor cuenta con una identificación del sistema y los trámites únicamente se muestran a los gestores en cuanto el cliente lo solicite, (el cliente puede elegir cuál gestor desea ya que al cliente se le muestra los nombres de los gestores disponibles).
3. El usuario gestor tiene la capacidad de ver la información, pero no de llenar el formulario únicamente puede descargar los datos en PDF.
4. La primera versión de la página web es solo para el gestor, para ver los formularios y respuestas.
5. Se intenta realizar la aplicación para que sea accesible a todo tipo de usuario.
6. Se desarrolló el modelado de sus componentes y lo que conforma la app, de manera que se toma como prioridad, el polimorfismo (es decir, que en la aplicación se pueda actualizar los formularios, agregar más gestores y datos, entre otros).
7. Con respecto al desarrollo de la página web se hace en “angular” (esta es una aplicación para realizar las páginas web). Es una aplicación estándar de desarrollo web de los más dinámicos e interactivo además de accesible. Se basa completamente en el desarrollo de la app, los componentes son muy similares y eso le da potencia.
8. Las bases de datos son de Google por lo tanto se tiene amplia red.

A Continuación, se muestran imágenes del producto en su etapa final



Login cliente y gestor



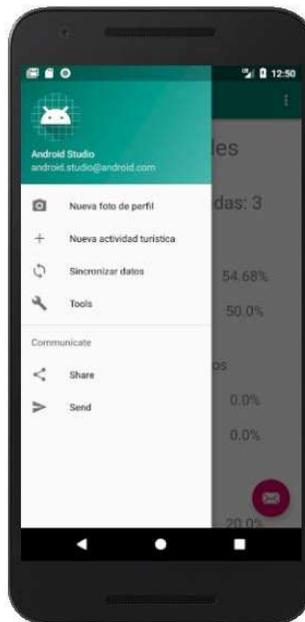
Registro de usuario



Registro de usuario



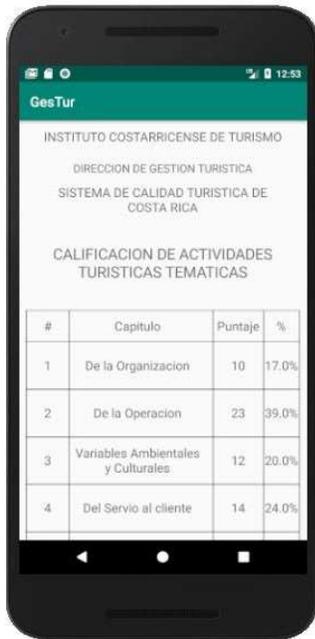
Pantalla principal del cliente



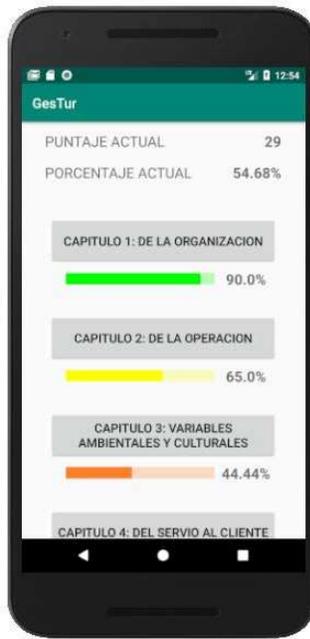
Opciones laterales del cliente



Registro actividades turísticas



Vista manual de categorización



Vista proceso por capítulo



Vista lista de chequeo



Preguntas lista de chequeo



Vista de un capítulo



Final del capítulo

Apéndices

Apéndice A: Entrevista semiestructurada etapa I

Las siguientes preguntas son de la entrevista semi estructurada que se realizó el día 30 de agosto del 2019 en la visita a Finca Villa Luz, para conocer el emprendimiento. Las mismas fueron hechas a criterio propio para tener un panorama general de la situación de la empresa como tal.

1. ¿La finca a qué distrito pertenece?
2. ¿Cuál es la dimensión o tamaño de la finca?
3. ¿Cuál es la historia del emprendimiento? ¿Cómo surgió?
4. ¿Cuántas personas como máximo y mínimo puede recibir en un día y cuantas veces y cuantas veces a la semana?
5. ¿Qué opciones de alimentación ofrece?
6. ¿El emprendimiento cuenta con misión, visión, objetivos a seguir?
7. ¿Qué es lo que desea brindar al cliente?
8. ¿Cómo atrae a los clientes?
9. ¿Qué tipo de turismo considera que pertenece su emprendimiento?
10. ¿Qué expectativas tiene para futuro?
11. ¿Qué aspectos de infraestructura cree que necesita?
12. ¿Pretenden cobrar diferente según el tipo de cliente, es decir nacional-extranjero- niños- adultos?

Apéndice B: Entrevista aplicada el 10 de octubre en el segundo trabajo de campo en finca Villa de Luz etapa II

Esta entrevista es en base al formulario de categorización de actividad temática de la declaratoria turística del ICT, se utilizaron los ítems que dieron como respuesta “no” en la primera visita, para observar los cambios. Esta estos ítems se convirtieron en las siguientes 21 preguntas.

1. ¿Tiene rotulado los lugares seguros y lo que debe o no hacer los clientes?
2. ¿Cuenta con guías escritas y visuales para los clientes sobre el proceso del tour?
3. ¿Cuenta con un menú establecido para el cliente?
4. ¿Desea tener un local para la venta de recuerdos y artesanías?

5. ¿Los senderos, puentes, barandas y cualquier otro acceso peatonal, se observa en buen estado de mantenimiento y limpieza?
6. ¿Los servicios sanitarios públicos están equipados con los accesorios básicos, Porta-papel, porta-toallas, secador de manos, espejos, jabonera líquida y basureros?
7. ¿El personal que atiende a los turistas lleva su correspondiente gafete?
8. ¿El personal estará debidamente uniformado?
9. ¿Se dispone de Áreas y de Información (Visual, sonora o de texto) para Personas con Capacidad Física Restringida?
10. ¿Cuenta con misión y visión enfocada a satisfacer las necesidades del cliente, y la calidad de este?
11. ¿Cuentan con un plan de mercadeo en el cual enfocado a brindar valor al cliente?
12. ¿La empresa dispone de un sistema de medición de la satisfacción del cliente?
13. ¿utilizan la opinión de los clientes en la toma de nuevas decisiones para la empresa?
14. ¿Se da un seguimiento el tema de servicio al cliente y la calidad de este?
15. ¿Se utiliza alguna boleta para medir la satisfacción del cliente?
16. ¿Las boletas o formularios relacionados con el servicio al cliente se llevan en un archivo debidamente foliado?
17. ¿Se trabaja con el personal o se dan instrucciones para mejorar y dar un buen servicio al cliente?
18. ¿El servicio al cliente se evalúa periódicamente en busca de la mejora continua?
19. ¿La empresa tiene un procedimiento legal para tratar las quejas de los turistas consumidores y que está reflejado en su documento de contrato?
20. ¿Sigue y contesta las quejas que surgen de sus Representantes o Comercializadores? (Otros prestadores de Servicios como las Oficinas de Reservas, Agencias de Viajes, Hoteles, etc.
21. ¿La empresa proporciona entrenamiento periódico para reforzar la importancia del servicio al cliente?

Apéndice C: Rúbrica para la aplicación de la observación participante

Esta rúbrica es utilizada en las etapas 1 y 3 para tener un objetivo claro hacia qué aspectos brindarles mayor atención.

Criterio	Cumple	No cumple	Mejorar
1. Cuenta con limpieza constante de área de tour.			
2. Los baños se ven limpios y en buen estado, además cuentan con todos los aspectos necesarios para baño público (papel higiénico, toallas de mano, espejo, jabón)			
3. Las áreas de cocina y comedor se encuentran limpios y ordenados.			
4. Mantiene a los animales en buen estado de salud, buen trato y limpieza, y se lo hacen notar en el tour.			
5. La infraestructura del área de tour está en buen estado.			
6. La infraestructura de los senderos, paso de personas (aceras, zonas públicas) entre otros está en buen estado			
7. La infraestructura del área de cocina y comedor están en buen estado			
8. Las áreas de seguridad en caso de emergencia se encuentran establecidas, rotuladas y en buen estado.			
9. Están rotuladas las áreas públicas donde se permite el paso de los clientes.			
10. Los procedimientos del tour están rotulados.			

11. Tiene en un área visible el precio de las actividades y los horarios			
12. Cuenta con identificación las personas que brindan el tour.			
13. Cuentan con sistemas de medición del servicio al cliente.			
14. Brindan al cliente información verídica y real			
15. El tour como tal tiene un orden lógico. Introducción, Desarrollo, conclusión.			

Fuente: creación propia (Aguilar, K y Rodríguez, A, 2019)