

**Instituto Tecnológico de Costa Rica**  
Escuela de Idiomas y Ciencias Sociales

“Propuesta de producto turístico para COOPROTURS R.L. de San Ramón, La Virgen, Sarapiquí”.

Proyecto de especialidad para optar por el título de Gestión del Turismo Rural Sostenible con el grado académico de bachiller

Angeline Calvo Quirós

San Carlos junio, 2016

**Instituto Tecnológico de Costa Rica**  
**Sede Regional San Carlos**  
**Escuela de Idiomas y Ciencias Sociales**  
**Carrera Gestión del Turismo Rural Sostenible**

---

**ACTA DE PRÁCTICA DE ESPECIALIDAD**


En el Instituto Tecnológico de Costa Rica, en la Sede Regional San Carlos, a las 07:30 horas del 27 de junio del 2016, se procedió a la defensa pública del Trabajo Final de Graduación realizado por la estudiante Calvo Quirós Angeline, para optar por el grado académico de Bachillerato Universitario.

El Tribunal examinador estuvo integrado por el M.S.c. Francisco Céspedes Obando, el M.S.c. David Arias Hidalgo y la M.A.P. Lady Fernández Mora como presidente del Jurado.

La estudiante Calvo Quirós realizó la exposición de su trabajo, después de la cual el tribunal le interrogó sobre aspectos relacionados con el tema.

Terminada satisfactoriamente la defensa pública, se le otorga la aprobación de su Trabajo Final de Graduación.

  
\_\_\_\_\_  
M.S.c. Francisco Céspedes Obando  
Jurado - Lector

  
\_\_\_\_\_  
M.S.c. David Arias Hidalgo  
Jurado - Lector

  
\_\_\_\_\_  
M.A.P. Lady Fernández Mora  
Jurado - Lector

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por permitirme escalar un peldaño más de mi camino de vida, siendo este tan grato y lleno de reales amistades y experiencias enriquecedoras. A mi tutora Lady Fernández Mora por haber confiado en mi trabajo siempre y dedicar tiempo a construir más que eso, un aporte para la comunidad de San Ramón, Sarapiquí, de igual manera agradezco su amistad y cariño sinceros. También estoy profundamente gratificada con cada uno de los y las profesoras que orientaron mi formación integral en esta etapa.

Agradezco a los asociados de COOPROTURS R.L. y población en general de San Ramón, Sarapiquí, quienes me brindaron no sólo su ayuda y confianza, también su amistad. De igual manera agradezco a mi familia y a las personas que como eje de amor formaron parte en este proceso tan productivo.

¡Gracias infinitas!

## **Dedicatoria**

Quiero dedicar este proyecto primeramente a Dios, luego a los asociados de COOPROTURS R.L. por su dedicación y paciencia, así como a mi familia y seres amados quienes aportaron afectiva y económicamente a mi formación, de igual manera merezco mérito, por lo que adjudico este triunfo al esfuerzo y dedicación que he puesto en este proyecto de graduación.

## Resumen

Este documento consiste en un diseño de producto turístico para la Cooperativa de Servicios Múltiples y Turismo de San Ramón, La Virgen, Sarapiquí (COOPROTURS R.L.). El mismo está dividido en tres objetivos: Identificar los recursos disponibles a nivel de atractivos, planta, infraestructura y supraestructura turística en la comunidad de San Ramón, determinar los componentes que darán forma a la propuesta de producto turístico de la mencionada y definir la metodología apropiada para el diseño de producto turístico de la cooperativa.

COOPROTURS R.L. fue creada en el año 2015, compuesta por treinta y seis asociados caracterizados por su proactividad y organización, ya que aparte de esta existen alrededor de cinco comités más trabajando por el bienestar de los pobladores. Esta cooperativa está enfocada a reforzar la venta de los productos de sus asociados, desde stevia hasta productos agrícolas y ganadería, de igual manera interesados en lograr que el turismo rural forme parte de sus actividades productivas por medio de la conservación de sus recursos naturales y patrimonio.

La comunidad de San Ramón de La Virgen de Sarapiquí es sitio con exuberante riqueza natural, rural y cultural, por lo que dicho estudio se aboga en evidenciar el potencial y contribuir con una propuesta que permita a la cooperativa tener una línea base que oriente su planificación y distribución de los productos (bienes, servicios y las actividades) que podrían conformar un producto turístico rural.

Resultando en un análisis del patrimonio turístico que muestra que la planta e infraestructura identificadas en la comunidad presentan condiciones básicas y deben mejorar, que hay apoyo de instituciones tanto gubernamentales como privadas, y mucho potencial a nivel natural, cultural y rural, todo esto validado en un taller con COOPROTURS R.L.. Por lo que se concluye una propuesta de 8 servicios que podrían componer el producto turístico de la cooperativa: tour operador turístico, transporte, alimentación, hospedaje, guiado turístico, tours de San Ramón, Sarapiquí, balneario natural y souvenir. Esto complementado con la futura apertura del Parque Nacional Braulio Carrillo, Sector El Ceibo, y las capacitaciones en turismo rural que el Tecnológico de Costa Rica impartirá, podrían ser el inicio del

turismo rural para la comunidad ayudando a fortalecer sus actividades productivas y capacidades asociativas.

### **Palabras clave**

Diseño de producto turístico, producto turístico, cooperativa, inventario de patrimonio turístico.

### **Abstract**

This paper is a touristic product design for Multiple Services and Tourism Cooperative of San Ramón, La Virgen, Sarapiquí (COOPROTURS R.L.). It's divided in three objectives: to identify available resources at attractions, plant, infrastructure and superstructure level in San Ramón community, to determine the components that will form up the touristic product proposal of the cooperative and to define the appropriate methodology for the touristic product design of the cooperative.

COOPROTURS R.L. was created in 2015, composed of thirty six partners, distinguished by proactivity and coordination, as about five more committees working for the welfare of the people. This cooperative is focus on strengthen sales of their partner's products, from stevia to agriculture products and cattle raising, equally interested in making rural tourism part of its production activities through the conservation of natural resources and heritage.

San Ramón, Sarapiquí is site with lush natural, cultural and rural wealth, so this study focuses on demonstrate the potential and contribute with a proposal to allow the cooperative to have a baseline to guide its planning and distribution of its products (goods, services and activities) that could form a rural tourism product.

Resulting in an analysis of the tourism heritage, this show that the plant and infraestructure identified in the community have basic conditions and must improve, there is support from both governmental and private institutions, and much potential natural, cultural and rural level, all it validated a workshop with COOPROTURS R.L. Concluded in an eight services proposal that could compose the touristic product of the cooperative: tour operator, transportation, food, lodging, guided tour service, San Ramón, Sarapiquí tours, natural watering place and souvenir. This coupled with the future opening of Braulio Carrillo National Park, El Ceibo Sector, and rural tourism training by Tecnológico de Costa Rica, could be the beginning of this type

of tourism in this community, helping to strengthen their productive activities and associative capabilities.

**Keywords**

Tourism product design, tourism product, cooperative, heritage tourism inventory.

### **Nota aclaratoria**

En el presente documento se precisa por motivo de simplicidad en la redacción del mismo que los sustantivos empleados: pobladores, actores, propietarios, hacen referencia a ambos géneros, femenino y masculino.



## Tabla de contenido

Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen.....	v
Palabras clave .....	vi
Abstract.....	vi
Keywords .....	vii
Nota aclaratoria .....	viii
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1.    Presentación del trabajo, origen y secuencia que tendrá.....	1
1.2.    Antecedentes de la empresa .....	2
1.2.1.  Organigrama de COOPROTURS R.L. ....	4
1.3.    Antecedentes del estudio.....	4
1.4.    Planteo del problema .....	5
1.5.    Justificación .....	6
1.6.    Objetivos de estudio.....	7
1.6.1.  Objetivo general .....	7
1.6.2.  Objetivos específicos .....	7
1.7.    Alcances del proyecto .....	8
1.7.1.  Alcances .....	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO .....	9
2.1.    Antecedentes teóricos del estudio.....	9
2.2.    Marco conceptual .....	9

2.2.1.	Turismo rural.....	9
2.2.2.	Patrimonio Turístico .....	13
2.2.3.	Inventario de Patrimonio Turístico .....	15
2.2.4.	Producto Turístico .....	16
2.3.	Relaciones conceptuales para abordar el problema .....	20
CAPÍTULO III	.....	23
METODOLOGÍA	.....	23
3.1.	Descripción general de la estrategia metodológica .....	23
3.1.1.	Tipo de investigación.....	23
3.1.2.	Fuentes .....	23
3.2.	Descripción del procedimiento para seleccionar a los participantes 24	
3.3.	Descripción de los instrumentos para recolectar la información ..	25
3.4.	Descripción de los procedimientos y técnicas para analizar y sistematizar la información .....	29
3.5.	Descripción de los procedimientos para generar la propuesta. ...	32
CAPÍTULO IV	.....	33
RESULTADOS	.....	33
4.1.	Inventario de patrimonio turístico .....	33
4.1.1.	Inventario de atractivos turísticos .....	33
4.1.2.	Inventario de planta turística.....	37
4.1.3.	Inventario de infraestructura .....	38
4.1.4.	Inventario de supraestructura .....	40
4.2.	Diseño de producto turístico para COOPROTURS R.L. ....	40
4.2.1.	Taller de valoración de la oferta .....	40
4.2.2.	Diseño de producto turístico .....	41

CAPÍTULO V .....	46
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	46
5.1.    Conclusiones .....	46
5.2.    Recomendaciones.....	47
BIBLIOGRAFÍA.....	49
APÉNDICES .....	53

## Índice de figuras

<i>Figura 1:</i> Organigrama de COOPROTURS R.L.....	4
<i>Figura 2:</i> Tipos de turismo relacionados con el espacio rural .....	11
<i>Figura 3:</i> Servicios requeridos por el turista. ....	19
<i>Figura 4:</i> Diferencias entre industrias manufactureras y de servicios. ....	22
<i>Figura 5:</i> Atractivos naturales y artesanales identificados .....	28
<i>Figura 6:</i> Jerarquización para atractivos turísticos.....	30
<i>Figura 7:</i> Escala para evaluar vías de acceso. ....	31
<i>Figura 8:</i> Atractivos turísticos identificados. ....	36
<i>Figura 9:</i> Planta turística identificada.....	37
<i>Figura 10:</i> Infraestructura identificada. ....	39
<i>Figura 11:</i> Accesos identificados y su estado. ....	39
<i>Figura 12:</i> Supraestructura identificada.....	40
<i>Figura 13:</i> Resumen de tres de los servicios del producto turístico de COOPROTURS R.L. ....	45
<i>Figura 14:</i> Ficha de inventario de atractivos turísticos.....	53
<i>Figura 15:</i> Ficha de inventario de planta turística .....	54
<i>Figura 16:</i> Ficha de inventario de infraestructura.....	55
<i>Figura 17:</i> Ficha para inventario de supraestructura. ....	56
<i>Figura 18:</i> Fichas de trabajo para taller de valoración de la oferta. ....	57
<i>Figura 19:</i> Respuestas de las fichas de trabajo usadas en el taller de valoración de la oferta. ....	73
<i>Figura 20:</i> Inventario de patrimonio turístico de San Ramón, Sarapiquí. ....	74
<i>Figura 21:</i> Diseño de producto turístico para COOPROTURS R.L.....	70

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Presentación del trabajo, origen y secuencia que tendrá**

El presente documento consiste en generar un inventario de patrimonio turístico que evidencie la potencialidad de recursos, servicios, infraestructura y apoyo institucional con que cuenta San Ramón, Sarapiquí, para ser evaluados con el fin de utilizarse en un diseño de producto turístico a nivel rural que sirva como marco orientador para la Cooperativa de Servicios Múltiples y Turismo de San Ramón, Sarapiquí (COOPROTURS R.L.) para la toma de decisiones. Para todo esto fue necesario el establecimiento de los cinco capítulos que engloban este proyecto.

En el primer capítulo presenta la información general del tema, tomando en cuenta los antecedentes de la comunidad, de COOPROTURS R.L., las presentaciones del problema, la justificación, objetivos generales y específicos del trabajo, así como alcances y limitaciones del estudio.

El segundo capítulo consta del marco teórico, donde se orientan antecedentes teóricos del estudio, marco conceptual y relaciones conceptuales.

Se puede observar el cómo de la investigación en el tercer capítulo, ya que se exponen: la descripción de la estrategia metodológica, las descripciones correspondientes a las técnicas metodológicas para la selección de participantes, los instrumentos de recolección de información y su respectivo análisis y sistematización de información, así como los procedimientos utilizados para generar la propuesta.

El cuarto capítulo corresponde a la presentación de los resultados, para ello fue fundamental estructurarlos en tres apartados: la identificación del potencial turístico por medio de un inventario de patrimonio turístico, la evaluación de dichos recursos y servicios con el fin de seleccionar los más idóneos para la última fase que fue el diseño de la propuesta de producto turístico para COOPROTURS R.L.

Finalmente en el quinto capítulo se encuentra el espacio donde se harán las conclusiones más relevantes de la investigación, así como las recomendaciones que podrían orientar el seguimiento a las propuestas generadas a la COOPROTURS R.L. que permita disponer de insumos para la toma de decisiones.

## **1.2. Antecedentes de la empresa**

La comunidad de San Ramón de Sarapiquí así como muchos otros lugares del país sufre los embates de la naturaleza por medio de la lluvia, lo cual hace que las vías de acceso se dañen rápidamente y las reparaciones se hacen cada vez más costosas, sin embargo dicha comunidad se caracteriza por un alto sentido de responsabilidad y cooperación. Por ello en varias ocasiones han realizado actividades por medio del comité de caminos para invertir en reparaciones de las vías hacia el puesto El Ceibo del Parque Nacional Braulio Carrillo, así como puentes sobre los ríos que recorren la comunidad, los cuales son muchos.

Para el mes de octubre del 2014, Don William Benavidez, finquero de la zona, gestionó la visita de la Diputada Marlene Madrigal, con ella se hizo el recorrido del camino y ella misma pudo comprobar la situación del camino. La Diputada gestionó la visita del señor Ricardo Rodríguez del INDER, para que nos apoyara con recursos de esa institución (COOPROTURS R.L., 2015).

El señor Ricardo Rodríguez fue quien sugiere a la comunidad organizarse en un grupo formal para gestionar ayuda económica de parte del Instituto de Desarrollo Rural (INDER) u otras entidades interesadas, así mismo contacta a la Universidad Nacional para que apoye en el proceso. El señor Rafael Gutiérrez, Jefe Nacional del Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE) visita la zona y menciona que no hay impedimentos legales para la apertura del puesto “El Ceibo”. Por ello don Ricardo Rodríguez encargado en ese momento de la oficina subregional de Sarapiquí, contacta al Instituto Tecnológico de Costa Rica para que contribuyan en capacitación y diseño de actividades turísticas rurales, ya que la comunidad manifiesta que debido a mencionada apertura ellos necesitan capacitarse en turismo con el fin de empoderarse de la actividad en la comunidad de San Ramón, Sarapiquí.

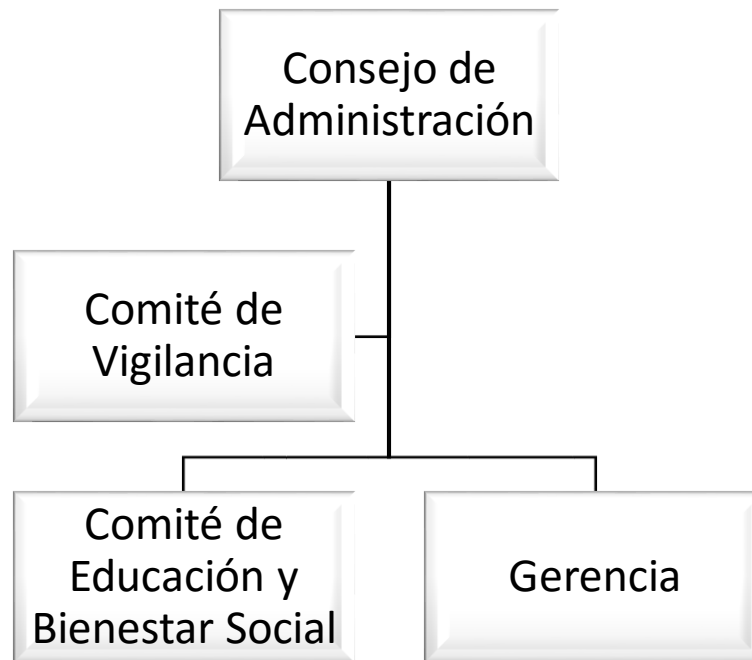
La Universidad Nacional fomenta la idea de conformar una cooperativa o asociación por medio de giras educativas con el fin de evaluar cuál podría beneficiar más a la comunidad por lo cual comienzan reuniones con el propósito de definir

proyectos a realizar, no solo a nivel comunal, sino en ideas de proyecto personales o familiares que surgen producto de la motivación en dichas reuniones.

Fue el día 21 de mayo del 2015 y después de varias reuniones y de escuchar ventajas y desventajas, tanto de las Asociaciones como de las Cooperativas, que se tomó el acuerdo por mayoría de que se formara la cooperativa Cooproturs R.L. El propósito de esta cooperativa es que pueda abarcar la mayoría de productos que produzca la comunidad, desarrollar algunos proyectos de agricultura para generar empleo y venta de suministros.

Después de varias reuniones y de ir cumpliendo paso a paso con el procedimiento de formación de cooperativas, el día 12 de noviembre del 2015, se realizó la asamblea constitutiva de la Cooperativa Agroecoturística y Servicios Múltiples de San Ramón de La Virgen de Sarapiquí R.L. (COOPROTURS R.L., 2015, pág. 2), en miras hacia el registro legal de la misma.

### 1.2.1. Organigrama de COOPROTURS R.L.



*Figura 1:* Organigrama de COOPROTURS R.L.

Fuente: Elaboración propia

Cada uno de los puestos de la cooperativa los componen pobladores de la comunidad y en predominancia por mujeres. Es de suma importancia rescatar el hecho que en la comunidad no sólo existe el Comité de Caminos y la Cooperativa, sino que también se destaca la participación de: la Asociación Administradora de Acueductos de San Ramón, Sarapiquí (ASADA), Asociación de Desarrollo Integral de San Ramón, Sarapiquí, Comité de Salud de San Ramón y Comité de Deportes de San Ramón, los cuales son de suma importancia para ejecutar proyectos en diversos ámbitos y fortalecer COOPROTURS R.L. para consumir el desarrollo local integral en la comunidad que alcance su propósito.

### 1.3. Antecedentes del estudio

Fue a inicio de los 50 cuando se empezó a escribir la historia de lo que actualmente se llama San Ramón, este pueblo era una colonia que se encontraba en abandono, según contaron los primeros habitantes, las tierras pertenecían a personas de la capital algunos fueron expulsados por sus



dueños otros contaron con la suerte de poder comprar un derecho de tierra y fue así como se mantuvieron en este pueblo (Asociación de Desarrollo Integral de San Ramón de la Virgen, Sarapiquí, S.f. , pág. 4).

De las primeras personas pobladoras del lugar se encontraron: Juan Román y su esposa Casiana Montero con sus 9 hijos y nietos, Porfirio Picado, Eliseo Cascante, Rubén Solís, Adrián Gonzales, Danilo Murillo, Víctor Soto y Constantino Salas, estos eran oriundos de Colonia del Toro Amarillo. Todas estas personas comenzaron dedicándose a actividades agropecuarias como: siembra de arroz, maíz, frijoles, yuca, malanga, café, banano, trigo y criaban cerdos, gallinas, chumpipes y poseían ganado, caballos y perros de cacería (Asociación de Desarrollo Integral de San Ramón de la Virgen, Sarapiquí, S.f. , pág. 4). Es importante resaltar que esta comunidad se caracteriza por su calor humano, recursos naturales de gran belleza, y un gran sentido de pertenencia de sus pobladores, así como su participación activa y constante en todas las actividades de la localidad.

Ahora bien, el proyecto “Aprendiendo sobre la actividad turística, como un medio para complementar las actividades primarias de la comunidad de San Ramón, Sarapiquí”, a partir del 2015 aporta a la comunidad en el desarrollo de áreas como: gestión ambiental, capacidades asociativas, avifauna local y especialmente el turismo, así como la identificación de 31 ideas de proyecto identificadas en el 2015 es por ello que se comienza a trabajar en el diseño de un Programa de Especialista en Turismo Rural (PETR) para San Ramón con el fin de capacitarlos en materia turística, y logren empoderarse de la actividad por medio del modelo de turismo rural, beneficiando a la población residente, consecuentemente esta propuesta busca complementar este proyecto generando un producto turístico que contribuiría a complementar las actividades productivas de la comunidad.

#### **1.4. Planteo del problema**

¿Cuáles son los servicios y actividades que podría conformar el producto turístico de la COOPROTURS R.L. para desarrollar el turismo rural en la comunidad de San Ramón, La Virgen, Sarapiquí?

## **1.5. Justificación**

La necesidad primaria de la Cooperativa es la estructuración del potencial natural, cultural y rural, junto a servicios necesarios para el visitante en un producto turístico rural para dinamizar el desarrollo local.

Hoy en día es evidente la necesidad de efectuar una adecuada planificación si se desea que un determinado espacio, municipio o zona turística pueda llegar a tener un valor importante como producto turístico y, consiguientemente, pueda ser relevante dentro de la economía local de la zona (Organización Mundial del Turismo, 1998, pág. 181).

Como parte del proceso de estructuración tan relevante, el diseño de un producto turístico en una zona rural, viene a fomentar desde su comienzo, el turismo sea emprendido de manera organizada, colaborativa y equilibrada entre la población, economía y ambiente. En el caso del presente trabajo el diseño de un producto turístico favorece la gestión del patrimonio natural, cultural, agropecuario y antropológico de la comunidad de San Ramón, la cual se caracteriza por la proactividad y empatía por el bienestar del territorio en el que viven.

La cooperativa surge de la necesidad organizativa para buscar maneras de desarrollar adecuadamente la comunidad de San Ramón, con alrededor de 852 habitantes según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2011) perteneciente a uno de los cantones más pobres del país, y 36 asociados a esta cooperativa. El diseño de un producto turístico para cualquier comunidad rural que se encuentre en la situación descrita y cooperativa que apenas esté dando inicio, viene a ser una gran herramienta que ayuda a encausar los planes y proyectos que sus asociados plantean en torno al ámbito turístico, por ello esta propuesta podría contribuir a COOPROTURS R.L. como línea base para emprender actividades complementarias a las tradicionales, enmarcadas en el turismo rural.

El proyecto: “Aprendiendo sobre la actividad turística, como un medio para complementar las actividades primarias de la comunidad de San Ramón, Sarapiquí”, realizó el reconocimiento y levantamiento de datos de 31 emprendimientos e ideas de negocio que poseen los asociados de la Cooperativa,

lo cual permite conocer los sistemas de producción existentes y las expectativas que los asociados tienen sobre el turismo rural comunitario, manifestándose la necesidad de estructurar a nivel turístico la oferta que COOPROTURS R.L. podría manejar en torno al desarrollo de la actividad turística.

Habiendo presencia del INDER en la comunidad se presenta la oportunidad de donar e invertir por medio del programa Tejiendo Desarrollo en proyectos de la zona alrededor de 585 millones de colones en infraestructura y mejoras a la comunidad, lo que viene a complementar la oferta de facilidades para el turismo rural comunitario, esto motiva aún más el esfuerzo por estructurar las actividades turísticas, que se desarrollen en la localidad.

Es por estas razones la propuesta de producto turístico necesaria para la cooperativa, con el fin de dar comienzo a los pasos de dicha organización en el ámbito turístico en un marco de buena capacitación y empoderamiento de las actividades.

## **1.6. Objetivos de estudio**

### **1.6.1. Objetivo general**

Elaborar una propuesta de producto turístico que permita la orientación de turismo rural para la COOPROTURS R.L. de San Ramón, La Virgen, Sarapiquí.

### **1.6.2. Objetivos específicos**

- a. Identificar los recursos disponibles a nivel de atractivos, planta, infraestructura y supraestructura turística en la comunidad de San Ramón.
- b. Determinar los componentes que darán forma a la propuesta de producto turístico de la COOPROTURS. R.L.
- c. Definir la metodología apropiada para el diseño de producto turístico de la COOPROTURS R.L.

## **1.7. Alcances del proyecto**

### **1.7.1. Alcances**

El proyecto se enfoca en la comunidad de San Ramón, La Virgen, Sarapiquí, Heredia, la identificación de los recursos disponibles a nivel de patrimonio, para realizar una propuesta de producto turístico para COOPROTURS R.L. que integre los servicios necesarios para una demanda potencial.

Partiendo de este estudio, se abren otras opciones de proyecto, relacionadas con cada servicio y actividad propuesta, los cuales podrían abordarse como proyecto de graduación o proyectos de extensión, que prolongue el acompañamiento e implementación con la cooperativa.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes teóricos del estudio**

El hecho de estar en una zona rural donde el equilibrio entre la cultura y la naturaleza, en contacto con los seres humanos externos a este medio es tan delicado, 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.

“Para ello, debe conservar los recursos fundamentales en los que se basa la actividad turística y responder a las exigencias y necesidades de todos los agentes implicados” (Sancho Pérez, 1998, pág. 189). Esto muestra la importancia de la previa identificación de los recursos para lo cual se utiliza el modelo que Cárdenas Tabares llama, Inventario de Patrimonio Turístico, que es un catálogo que diagnostica los recursos, lugares, objetivos y acontecimientos de interés turístico, así como la planta infraestructura y supraestructura que apoyen dicho desarrollo en un determinado territorio geográfico (2006, pág. 37).

La importancia de verificar que la comunidad muestre su interés y participe en el diseño de producto turístico radica en que ellos son los responsables de empoderarse de la actividad, darle una dirección constante y autenticidad palpable para que ese producto sea motivación y genere flujo de visitantes. Es por ello que la metodología específica para la creación de producto turístico en torno a vías verdes creada en el 2014 permite la identificación de un producto turístico funcional y claro para que las comunidades rurales puedan aplicarlo sin mayor problema que el aspecto económico, el cual se puede resolver por medio de donaciones o trabajo asociativo (2014, pág. 6).

#### **2.2. Marco conceptual**

En el marco conceptual se muestran conceptos utilizados en la actividad turística internacional y nacional, asimismo la concepción de metodologías usadas para esta tipología de inventarios y diseños.

##### **2.2.1. Turismo rural**

Según Quesada el turismo rural forma parte de la tipología Turismo sostenible junto al turismo de naturaleza (suave y fuerte), el ecoturismo y agroecoturismo. Esto debido a que la sostenibilidad ambiental, social y económica implica que los recursos se puedan seguir usando por las futuras generaciones como consecuencia que en el presente se usen de manera racional (2010, pág. 111).

“El turismo rural propicia un estrecho e íntimo contacto de los turistas con sitios donde se combinan los factores naturales y agentes locales, con los productivos y las tradiciones propias de una comunidad rural” (Quesada, 2010, pág. 112). El espacio rural caracterizado por la belleza escénica, la productividad de las actividades cotidianas, así como la cultura que envuelve a los habitantes de estos sitios, son parte de los atractivos que motivan a un visitante a buscar espacios rurales para su recreación y aumento de experiencias vivenciales.

Aunado a esto es necesario conocer el concepto del turismo rural comunitario, que funciona como una filosofía de trabajo en comunidades rurales con el fin de organizarse para desarrollar la actividad turística.

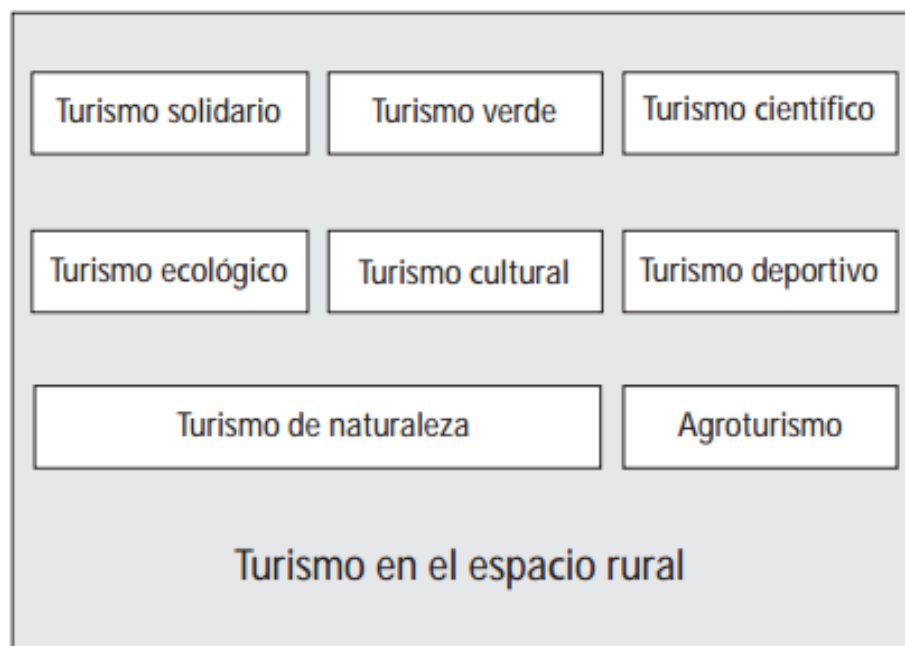
- Turismo Rural Comunitario (TRC)

El concepto o tipología de TRC no nace súbitamente, sino como una filosofía que puede aportar características y valor agregado al turismo rural donde las comunidades se ven involucradas en la actividad turística. Es muy importante tomar en cuenta que este concepto no es el único, sino que existen múltiples opiniones acerca del tema, a pesar de la existencia de muchos conceptos de TRC, es necesario conocer los más atinentes a la realidad deseable para las comunidades rurales.

Este nuevo concepto de turismo rural, considerando las particularidades socio ambientales del país, desvela un modo de turismo desarrollado en espacios rurales, centrado en la combinación de atractivos naturales, culturales y agrícolas, que potencia el desarrollo endógeno por medio de la creación y el fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas y que

favorece el manejo sostenible de los recursos naturales y culturales. (Morera, 2006, pág. 5)

“El turismo rural comunitario se compone de experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad” (ICT, PNUD , 2005). De éstas dos definiciones la primera se enfoca más integralmente a lo que las comunidades requieren, sin embargo ambas buscan fomentar ese aire de autogestión en la ruralidad, el empoderamiento y sentido de pertenencia definitivamente son características que las comunidades rurales deben desarrollar para este tipo de turismo. Claro está que el TRC no nace sólo del turismo rural en sí, sino que es una fusión de características que se pueden utilizar para complementar su oferta, estando directamente relacionado con múltiples tipos de turismo tal como se puede observar en la *Figura 2*.



*Figura 2:* Tipos de turismo relacionados con el espacio rural

Fuente: Morera, C. (2006). Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica. *Ambientico*, 4-8.

Las tipologías mostradas en la *Figura 2*, pueden contribuir de manera combinada para generar una propuesta de producto turístico que sea única, de calidad, y diversificado, en donde el turista pueda observar más facetas de una comunidad por más días, generando recursos suficientes para las familias o personas involucradas.

“Sin embargo, el turismo es una actividad productiva muy vulnerable que no debe de ser considerada como única fuente de ingresos para las comunidades, sino como un complemento o parte de un grupo de actividades económicas” (Morera, 2006). Esta afirmación es una realidad que no se puede dejar pasar por alto, sino que cualquier comunidad que esté trabajando proactivamente hacia el TRC debe saber que sus actividades primarias no se dejan de lado a pesar que el turismo genere ingresos y se vea como una oportunidad de suma importancia a nivel nacional e internacional.

El TRC se considera, un modo de vida que se adopta paulatinamente desde el conocimiento empírico de las comunidades, complementado con el conocimiento técnico que instituciones externas puedan aportar, por medio de la asociatividad colaborativa y activa tanto de encadenamientos productivos como de actores locales. Cabe resaltar que en el ambiente donde se desarrolle esta tipología de turismo se debe respetar el patrimonio cultural tangible e intangible del mismo.

El turismo rural comunitario en Costa Rica se ve apoyado por medio de la Ley N° 8724 la cual destaca en su Artículo 1 lo siguiente:

La presente Ley tiene como objeto fomentar la actividad turística de tipo rural comunitario, cuyas siglas serán TRC, por medio del impulso de empresas de base familiar y comunitaria, conformadas según la Ley de asociaciones, N° 218, y la Ley de asociaciones cooperativas y creación del Instituto Nacional de Fomento Cooperativo, N° 4179, y sus reformas, con el fin de que las personas habitantes de las comunidades rurales procuren la gestión de su propio desarrollo, incluido el manejo de destinos turísticos locales; además, que participen en la planificación y el aprovechamiento de los recursos naturales de su entorno de manera sostenible, a fin de que les permita una mejor condición de vida. (La Gaceta, 2009, pág. 1)



Hay distintas teorías que han definido turismo rural comunitario como una modalidad de turismo, sin embargo en nuestros días, como se analizó, aparecen nuevas corrientes teóricas que indican que se deriva del turismo rural, con todo su contexto teórico, pero encaja en una filosofía de trabajo en espacios rurales, esta filosofía si se aplica en una comunidad que practique el turismo rural, ayudará a la organización y ejecución de la actividad.

### **2.2.2. Patrimonio Turístico**

Para el diseño de un producto turístico, es prioritario conocer el patrimonio turístico con el que dispone un territorio, para ello la Organización Mundial del Turismo lo define como “El conjunto potencial /conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas” (Sancho Pérez, 1998, pág. 186). Sin embargo se puede utilizar una definición más completa de lo que integra el Patrimonio turístico en sí con los siguientes conceptos:

Siguiendo la secuencia de los elementos anotados más arriba, se define sin mayores complicaciones el concepto de patrimonio turístico como la relación entre la materia prima (atractivos turísticos), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema). (Boullón, 2006, pág. 55)

Es el conjunto de elementos turísticos de uso mediato o inmediato, con que cuenta el país. Estos elementos están constituidos por los atractivos turísticos y la planta turística más la infraestructura y la superestructura que hacen posible su acceso y funcionamiento. (Quesada, 2010)

Estos autores coinciden en que el patrimonio turístico tiene cuatro elementos indispensables para el funcionamiento adecuado de un destino, polo o región turística, estos son: atractivo turístico, planta turística, infraestructura y supraestructura. A continuación se amplía cada uno de ellos:

- Atractivo turístico

Es lo que genera interés en el turista para desplazarse a un lugar conocido o desconocido, sea algo tangible o intangible. “Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico” (Cárdenas, citado en Quesada, 2010, pág. 170). Se le conoce también como la materia prima del turismo, debido a que sin esto como motivación, los centros receptores de turismo no existirían.

- Planta turística

“La planta turística la conforman todos los servicios turísticos directos proporcionados por los prestatarios turísticos (hoteles, restaurantes, agencias de viajes). La diferencia con la infraestructura es que aquella consta de los servicios básicos generalmente suministrados por el aparato estatal” (Quesada, 2010, pág. 188). Este mismo autor señala que la justificante de que la planta turística exista es la presencia de los atractivos turísticos (2010, pág. 170).

- Infraestructura

Este elemento permite el adecuado funcionamiento de la planta turística y la comunicación entre los puntos: origen–destino. “Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera” (RAE, citado en Quesada, 2010, pág. 180). Algunos ejemplos de infraestructura pueden ser: accesos, telecomunicaciones, electricidad, acueductos o sitios de uso comunal.

- Superestructura

Según Quesada la superestructura o supraestructura se conforma por los organismos públicos o privados que ordenan lo necesario ya sea de manera directa o indirecta, para que la actividad turística rinda frutos (2010, pág. 203).

“Su función es propiciar, por todos los medios a su alcance, el engranaje y óptimo funcionamiento de los otros tres elementos que, en su conjunto forman el producto turístico de un lugar” (Quesada, 2010, pág. 203). Por ello es tan importante el papel de las instituciones a nivel comunitario, ya que éstas deben velar por el

planeamiento adecuado del turismo y acompañar en los procesos a los actores comunales.

En resumen estos 4 elementos no solo facilitan el análisis de la actividad turística sino que permite identificar carencias y fortalecer alguno de los elementos a los que no se les está dando la importancia necesaria, ya que para el funcionamiento adecuado de los procesos turísticos éstos son imprescindibles, para ello el inventario de patrimonio turístico es un aliado estratégico que a continuación se ampliará con mejor detalle.

### **2.2.3. Inventario de Patrimonio Turístico**

Dentro de los proyectos turísticos, lo primero que se realiza es el diagnóstico, y quedaría incompleto si no se analizan sistemáticamente las cuatro partes que integran el patrimonio turístico, porque la carencia o deficiencia de cualquiera de ellas afecta al resto. (Cárdenas Tabares, 2006, pág. 37)

Este es el objetivo principal del inventario de patrimonio turístico, recopilar información necesaria y relevante que pueda servir de insumo para la puesta en operación de la actividad turística, con el fin de estructurar las etapas en las que se desarrollaría dicha actividad productiva. Se describirán las principales características de la metodología de inventario de patrimonio turístico tanto de Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) como de Fabio Cárdenas Tabares.

- Metodología del Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR)

Desde hace 35 años para efectos de esta metodología la Organización de los Estados Americanos (OEA) se enfoca a inventariar atractivos, equipamiento, infraestructura y actividades turísticas a lo que llamaron relevamiento turístico, y este comprende la identificación, sistematización de la información y evaluación de dichos elementos. (Varisco, y otros, 2014)

En esta metodología la superestructura no es tomada en cuenta directamente a la hora de inventariar, en un diseño de producto turístico para una comunidad rural

se necesita el apoyo así como el seguimiento responsable de las entidades que de momento están presentes en San Ramón, siendo necesaria su debida compilación.

- Metodología de Fabio Cárdenas Tabares

Esta técnica surge en 1991 y se utilizan los cuatro elementos del patrimonio turístico: atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y superestructura. El mismo utiliza un sistema de registro de fichas, y de sistematización de la información para su posterior análisis, señalando como motivo principal la necesidad de identificar la calidad del patrimonio turístico.

Lo anterior significa que dentro del entorno físico de los proyectos se requiere conocer la calidad de los atractivos turísticos por cuanto que son el motivo por el cual se deben establecer intervalos para determinar de los viajes y la razón del incremento de los visitantes. (Cárdenas Tabares, 2006, pág. 54)

Esta es la metodología que más se adapta al contexto de la investigación, por ello será la utilizada en la ejecución del inventario de patrimonio turístico.

#### **2.2.4. Producto Turístico**

Para todo tipo de actividad económica “El producto es cualquier bien, servicio o idea que posea valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad o deseo” (Rivera Camino & de Garcillán , 2007, pág. 268). Sin embargo para la actividad turística cambia un poco el concepto, como un simple ejemplo Cárdenas Tabares lo describe como la combinación de atractivos facilidades y accesibilidad. (2006, pág. 13). “Para satisfacer las necesidades de la demanda, es fundamental crear productos auténticos y emocionantes que permitan la vivencia de experiencias memorables, innovadoras que son las que busca el turista actual” (Blázquez , Sarrión , Aycart, Hernández , & Jiménez, 2014, pág. 6)

Ahora bien para realizar un diseño de producto turístico se establecen cuatro pasos iniciales según Blázquez , Sarrión , Aycart, Hernández , & Jiménez: la identificación y evaluación de los recursos disponibles, la identificación del perfil del cliente, concretar los aspectos básicos del producto y añadir valor a la propuesta. Después de esto se proponen orientar el producto turístico al planeamiento de las

estrategias de comercialización (2014, pág. 6). Para efectos del presente proyecto se plantea utilizar tres de los pasos: la identificación y evaluación de los recursos disponibles, por medio del inventario de patrimonio turístico y concretar los aspectos básicos del producto y añadir valor a la propuesta por medio de la información analizada y valorada.

En cuanto a la finalidad del diseño de producto turístico se puede mencionar lo siguiente:

El diseño del producto refuerza la conciencia en los diversos actores locales (gobierno, empresarios, comunidad, diversas organizaciones) sobre la necesidad de fortalecer las alianzas estratégicas de tal manera que el destino actúe como cadena productiva (al interior del sector y en conexión con otras actividades económicas); fortalece la capacidad de negociación de los prestadores locales frente a los operadores; facilita la labor del operador en tanto que dispone de información aprovechable para la elaboración de paquetes. (Fernández Ávila, 2006, pág. 5)

Esto ayuda a fortalecer también las capacidades asociativas de los involucrados, fomentando el empoderamiento de la cadena productiva, exigiendo también a los actores institucionales su participación en el proceso de implementación del turismo en comunidades rurales. Todo esto contribuye directamente al objetivo del turismo rural y turismo rural comunitario, que es mejorar la calidad de vida de los habitantes de estas zonas. “(...) será necesario actuar sobre el conjunto de lo que significa el destino y convertirse este en la experiencia en sí misma, con lo cual se logra el posicionamiento en la mente de los consumidores” (Machado Chaviano, 2013, pág. 73).

- Servicios necesarios para un turista

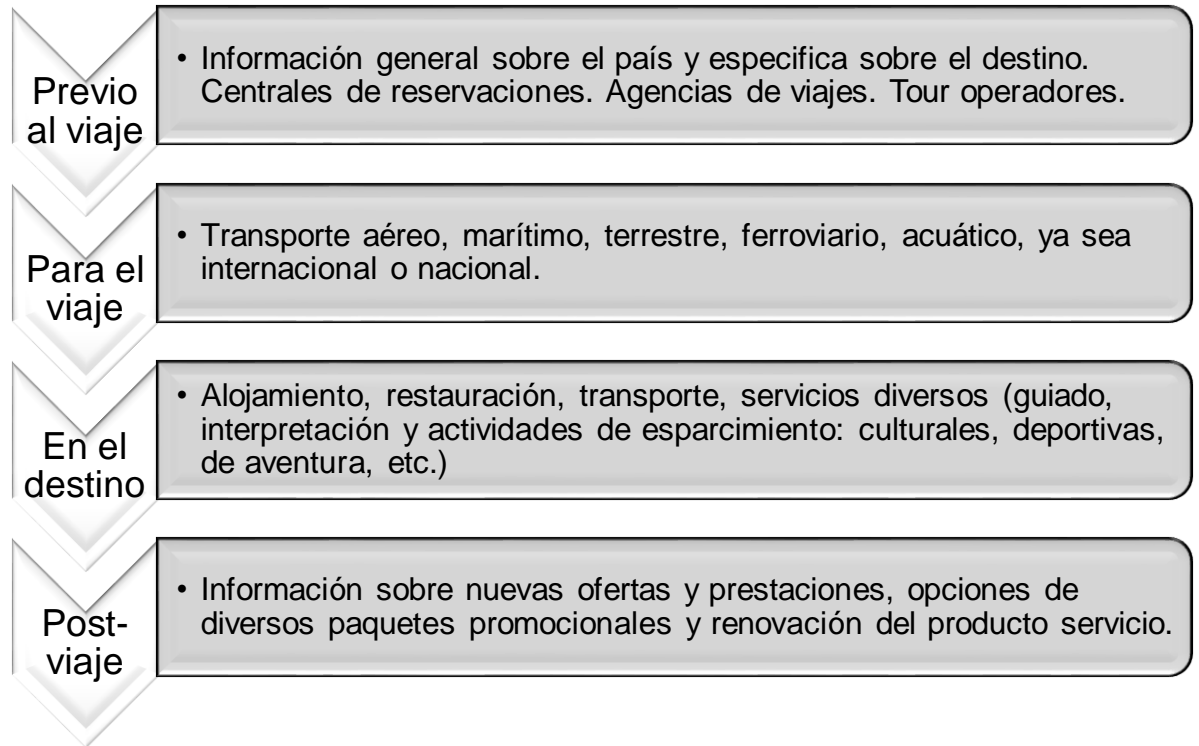
El turista actual es un turista informado, que sabe lo que quiere y cuando elige un servicio determinado y lo disfruta luego surge de ese visitante mucha información, que se puede utilizar para tomar decisiones a nivel turístico, desde un simple comentario positivo hasta un destructivo comentario negativo en contra del destino o del servicio usado.

Cada vez más, los servicios de información post-viaje, es decir después del viaje, se vuelven indispensables para fidelizar a la clientela, o para ganar su lealtad; pues a menudo muchos clientes desean regresar a lugares donde conocieron experiencias muy agradables y enriquecedoras desde el punto de vista cultural o recreativo. Con la difusión de las tecnologías electrónicas, hoy resulta más fácil llegar al turista con estos servicios. (Maldonado & Hernández, 2011)

Sumado a la cita anterior se puede observar otro medio en el que se difunden comentarios y opiniones rápidamente al cual se le llama comunicación boca oído, y tal como mencionan Casado & Sellers, este medio puede ser determinante en la decisión final de compra de los clientes. (2006, pág. 129)

Estos medios post-venta de difusión de la información, generan la necesidad a los destinos turísticos así como ejecutores y encargados de la actividad, de conocer qué necesita el turista para viajar, para brindar una mejor calidad y así superar las expectativas de los mismos de manera efectiva.

Maldonado y Hernández mencionan cuatro tiempos específicos en los que el turista emite necesidades para viajar: previo al viaje, para el viaje, en el destino y post viaje. (2011, pág. 10) Ver *Figura 3*.



*Figura 3.* Servicios requeridos por el turista.

Fuente: Adaptado de Maldonado, C., & Hernández, G. (2011).

Este mismo autor señala los servicios generales necesarios en el destino, los cuales son el enfoque de la propuesta de diseño de producto turístico: servicios de alojamiento, de restauración, de guía e interpretación naturalista, de guía e interpretación histórica y cultural, de transporte ya sea aéreo, terrestre, fluvial, lacustre o marítimo, y servicios para las actividades recreativas llámense culturales, deportivas o de aventura (2011, pág. 12). Al identificar los servicios necesarios se posee una idea general de lo que puede hacer falta en la comunidad de San Ramón, y partiendo de esto se puede dar un mejor uso y segregación de actividades a la propuesta de diseño.

- Diferenciación como atractor turístico

Según Cárdenas Tabares es transcendental tomar en cuenta que cuando se definen productos turísticos y no se genera o muestra calidad en todos sus componentes, los beneficios que al principio se comienzan a captar a futuro cercano

disminuirán, ya que la productividad del turismo debe ir directamente proporcional a la calidad que se ofrezca. (2006, pág. 54)

Pero, ¿qué es calidad en el turismo? la Organización Mundial del Turismo (OMT) define calidad como:

El resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable de conformidad a las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural. (citado en Maldonado y Hernández, 2011, pág. 18)

Esto significa que para medir si un producto turístico es de calidad, no es algo que solo lo perciba el cliente, sino que se demuestra desde que se crea el producto, en todo el proceso de distribución del producto, hasta que se disfruta y se evalúa, y aparte de esto, ser un producto sostenible.

Ahora bien Machado Caviano y Hernández Aro plantean que diseñar productos turísticos integrados tiene como objetivo que la autenticidad constituya una ventaja competitiva, es decir que el potencial histórico, cultural y natural puedan incorporarse al producto, sin que se pierda la esencia de la visita del cliente y se logre una interrelación con el resto de los prestatarios que median en el producto (2007, pág. 164).

### **2.3. Relaciones conceptuales para abordar el problema**

Las razones de los turistas para viajar a un destino están condicionadas, en primer término, por aquellos aspectos propios de cada quien (motivaciones, personalidad, estilo de vida y temperamento). Este tipo de motivaciones se consideran intrínsecas a cada persona y se conocen como “motivos de empuje” (*push motives*), porque impulsan a las personas a viajar hacia un sitio. (Quesada, 2010, pág. 173)

Asimismo Quesada menciona que los atractivos se denominan “motivos de atracción” (*pull motives*), ya que poseen carácter extrínseco como por ejemplo: el



clima, recursos históricos o de comodidad, la imagen creada en el viajero o un servicio novedoso (2010, pág. 173). Esto afirma que los deseos de los visitantes al encontrarse con la publicidad de un destino que ofrezca la experiencia que busca generará la demanda de los mismos, por ello el patrimonio turístico: atractivos, planta, infraestructura y supraestructura, buscan facilitar encontrar esa demanda y con ello ofertar personalizada y organizadamente dichas vivencias.

Hay que realizar una evaluación de las empresas locales existentes y de los productos que ya se están ofertando en este ámbito buscando identificar proyectos y/o iniciativas con potencial para convertirse en buenas oportunidades de turismo experiencial que es el tipo de productos con mayor demanda potencial (Blázquez , Sarrión , Aycart, Hernández , & Jiménez, 2014, pág. 10).

Por medio del inventario de patrimonio turístico y el taller de valoración de la oferta permiten esta identificación de situaciones que deben mejorar o pueden fungir como motivación de flujo de turistas. Ahora bien, el patrimonio turístico al generar motivación de viaje, y producir oferta, va a derivar los servicios turísticos que componen esa oferta, la cual al no ser industrial presenta características totalmente distintas. (Ver *Figura 4.*)

<b>INDUSTRIAS MANUFACTURERAS</b>	<b>SERVICIOS</b>
1. El producto es tangible	El servicio es intangible
2. La propiedad se transfiere con la compra	El servicio produce un derecho de uso, sin transferir la propiedad
3. El producto puede ser revendido	La experiencia turística no se puede transferir
4. El producto puede ser almacenado	El producto no vendido, se ha perdido
5. El producto puede probarse	El servicio no puede probarse
6. El consumo es precedido por la producción	Producción y consumo generalmente coinciden
7. Producción, venta y consumo ocurren en entornos espaciales diferentes	Producción, venta y consumo ocurren simultáneamente
8. El producto puede ser transportado	Es el cliente quien acude al producto
9. Los ámbitos producción/consumo están delimitados	El cliente participa en la producción
10. El contacto cliente/fabricante es indirecto	El contacto, en la mayoría de los casos, es directo

*Figura 4: Diferencias entre industrias manufactureras y de servicios.*

Fuente: Sancho Pérez, 1998, pág. 369.

Los servicios son los que componen el producto turístico que cualquier comunidad rural brinda a los visitantes en torno al desarrollo de la actividad turística. De ahí la importancia de seleccionar los servicios que una comunidad puede poner en funcionamiento para generar oportunidades y dinamizar su economía, así como complacer las necesidades de los visitantes hasta su satisfacción total.

Tenemos que definir claramente cuál es el núcleo del producto, el servicio principal que hemos diseñado para satisfacer las necesidades de un público concreto. Tenemos que poder expresarlo en palabras e imágenes diseñadas para motivar y provocar la compra, apelando a las expectativas de los clientes (que obviamente debemos conocer) (Blázquez , Sarrión , Aycart, Hernández , & Jiménez, 2014, pág. 9).

Asimismo es necesario destacar los rasgos distintivos que generan valor ampliado en los espacios turísticos donde se planea desarrollar la actividad turística (Blázquez , Sarrión , Aycart, Hernández , & Jiménez, 2014, pág. 9).

Para el logro de la calidad turística, todos los componentes que conforman la experiencia turística deben ser tenidos en cuenta, ya que el consumidor no limita su compra a la habitación en un hotel o a la comida en un restaurante, sino que entra en contacto con una combinación de servicios, productos y entorno (Sancho Pérez, 1998, pág. 374).

Toda esta autenticidad y calidad en los servicios, pretende según el turismo rural generar encadenamientos productivos para dinamizar la economía del territorio y fomentar la conservación del patrimonio natural, cultural e histórico de las comunidades rurales.

El concepto de encadenamiento debe ser entendido como una relación de largo plazo que establecen unidades empresariales con el propósito de obtener beneficios conjuntos, de allí que el interés de las políticas públicas por promoverlos, debe sustentarse en los beneficios económico- sociales que se derivan y no en el encadenamiento per sé (Estado de la Nación , 2004, pág. 2).

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Descripción general de la estrategia metodológica**

##### **3.1.1. Tipo de investigación**

Al fundamentarse en un proceso que analiza múltiples realidades subjetivas brindando riqueza interpretativa este estudio emplea el enfoque cualitativo (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 7).

Estudia, especialmente, los significados de las acciones humanas y de la vida social. Utiliza la metodología interpretativa como la etnografía, fenomenología, interaccionismo simbólico, entre otros. Su interés se centra en el descubrimiento del conocimiento. Los datos se tratan, generalmente, de manera explicativa. (Barrantes Echavarría, 2014, pág. 87)

Ya que durante la investigación se busca compilar información sobre la realidad física y cultural de San Ramón, Sarapiquí, así como los actores institucionales involucrados, para luego proponer una estrategia de estructuración de la oferta para la planeación de la actividad turística en dicha comunidad. Por lo tanto esta investigación es de tipo exploratoria ya que se explora el contexto rural, cultural y natural de la comunidad, para luego describirlo y explicar consecuentemente la propuesta final. Tomando en cuenta que Barrantes Echavarría menciona que “se realiza para obtener un primer conocimiento de una situación, a fin de ejecutar una posterior más profunda, por eso, tiene un carácter provisional” (2014, pág. 87).

##### **3.1.2. Fuentes**

Las fuentes permiten el fundamentado análisis de la información con la seguridad que los procedimientos utilizados presentan una previa observación e investigación. Esta investigación se cimienta tanto fuentes primarias como secundarias:

- Primarias: “Contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad

eminentemente creativa” (Silvestrini Ruiz & Vargas Jorge , 2008). Para este proyecto se utilizaron principalmente fuentes primarias, tales como: recopilación de datos en el trabajo de campo, la cual ha sido clave para llevar a cabo dicha indagación, taller con los asociados de la cooperativa, libros relacionados con la investigación, planificación del espacio turístico, marketing, conceptos relacionados al turismo, informes y artículos científicos de revistas.

- Secundarias:”Contienen información referente a las fuentes primarias, permiten su identificación y localización.” (López Clemente, 2006, pág. 9). Algunas utilizadas fueron: documentos web y manuales orientados al diseño de productos turísticos.

### **3.2. Descripción del procedimiento para seleccionar a los participantes**

La muestra se determina con base a las ideas de proyecto identificadas durante el 2015 para un total de 31, luego de esto se realiza un filtrado de estas ideas sustrayendo las que no poseen un terreno propio que este en uso con el propósito de acotar el estudio a los asociados de la Cooperativa, dejando un total de catorce fichas utilizadas. En el resto de los casos se toma en cuenta: recursos y planta de asociados, infraestructura presente y significativa en la comunidad, así como actores institucionales con presencia en la misma. Todo esto se traduce a una tipología de selección derivada de muestras más bien orientadas hacia la investigación cualitativa la cual se denomina: muestras de casos sumamente importantes para el problema analizado, los cuales son casos que en el contexto en el que se desenvuelve la investigación cualitativa no se pueden dejar por fuera (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 400).

Para este proceso se decide utilizar únicamente los proyectos que cuenten con características como: belleza escénica, autenticidad, potencial para observación de flora y fauna así como riqueza cultural o histórica. Éstas características contribuyen directamente a generar experiencias vivenciales positivas para los visitantes, así como planta e infraestructura necesarios para los desarrollar la actividad turística adecuadamente.

Aparte de los servicios identificados se proponen otros de importancia para el desenvolvimiento de la actividad turística rural como: servicio de tour operación, balnearios naturales, souvenir, servicio de guiado turístico, con el fin que tanto los empoderados de la actividad como los visitantes logren satisfacer sus necesidades adecuadamente. Aunado a esto las instituciones que aporten directa e indirectamente al desarrollo de esta propuesta también serán incluidas.

### **3.3. Descripción de los instrumentos para recolectar la información**

La observación de la dinámica física social y cultural que sucede en una comunidad rural por medio de las visitas de campo, permitió recolectar datos certeros por parte de los asociados con el fin de garantizar el involucramiento de los mismos a COOPROTURS R.L.

Para el registro de los datos de cada atractivo turístico se construyó una ficha numerada que incluye las variables necesarias para ubicar, clasificar y caracterizar cada uno de estos atractivos. Las variables que se incluyeron son las siguientes:

- Nombre del recurso
- Categoría
- Tipo
- Subtipo
- Jerarquización
- Coordenadas
- Altitud, metros sobre el nivel del mar (MSNM)
- Propietario
- Ubicación
- Descripción y características
- Vías de acceso
- Estado de las vías de acceso
- Observaciones

Asimismo se asignó un espacio para colocar una fotografía representativa del recurso. A en la *Figura 14* se muestra la ficha utilizada para dicho inventario, y en la *Figura 7* la escala de evaluación para las vías de acceso.

Para inventariar los servicios de planta turística fue necesario crear una ficha que mantiene las siguientes variables: número de ficha, nombre del establecimiento, categoría, tipo, subtipo, coordenadas, msnm, propietario, ubicación, descripción y características, vías de acceso, estado de las vías de acceso, observaciones. Asimismo se agregaron las siguientes:

- Cédula del propietario
- Cédula jurídica

De igual manera presenta el espacio para la respectiva fotografía del establecimiento, como se puede observar en la *Figura 15* la casilla de jerarquización se ha eliminado por disparidad en la información que se requiere para la evaluación de planta turística en casos internacionales y más en casos rurales (Cárdenas Tabares, 2006, pág. 52). Se utiliza la misma escala para evaluar el estado de los accesos. Ver *Figura 7*.

Para la ficha de inventario de infraestructura mantiene las siguientes variables: número de ficha, nombre de infraestructura, categoría, tipo, subtipo, coordenadas, msnm, ubicación, descripción y características, vías de acceso, estado de las vías de acceso, observaciones. De igual manera se agregaron las siguientes variables:

- Accesos
- Entidad o persona encargados del mantenimiento

Como aclaración se coloca en lugar de la casilla de jerarquización la palabra accesos donde se hará referencia a la puntuación que recibirán los accesos en caso de ser necesario utilizarla ya que según Cárdenas Tabares no cabe establecer jerarquías entre los distintos órdenes, sino evaluar por medio de sus características la calidad y la eficacia de las redes existentes (2006, pág. 54). Ver *Figura 16*.

Para el caso de la supraestructura se elaboró una ficha bastante distinta a las demás con únicamente tres variables:

- Nombre de Institución
- Año de acercamiento a la comunidad
- Acciones realizadas

Esto ya que es necesario conocer el papel que ha tenido cada institución en San Ramón, Sarapiquí, haciendo énfasis en las acciones concretas en que dichas instituciones hayan aportado. Esto se consultó directamente a los asociados a la cooperativa, con el fin de validar la percepción de los mismos con respecto a las acciones realizadas de manera que evite ambigüedades y confirmar los hechos realizados por mencionadas instituciones. Ver *Figura 17*.

El diseño del producto turístico se nutre del inventario de patrimonio presente en la comunidad y los asociados de la cooperativa, lo cual permite en este estudio ordenar y plantear los servicios y actividades potenciales a desarrollar.

Por medio del taller de valoración de la oferta llamado “El mapa lluvioso” la participación de la comunidad en la elaboración del diseño de producto turístico. El método para valorar dicha oferta consistió en un taller que utilizó 16 fichas de trabajo (Ver *Figura 18*.) donde se evaluaron los siguientes servicios:

- Tour de observación de aves
- Tour nocturno
- Tour de stevia
- Tour de finca integrada
- Tour de pimienta
- Tour cultural
- Servicio de tour operador turístico
- Souvenir o tienda de recuerdos
- Servicio de transporte
- Zona de camping
- Servicio de Hospedaje
- Balneario
- Servicio de guiado turístico
- Ficha sin nombre (con el fin que puedan definir nuevas ideas que podrían desarrollarse).

Las fichas de trabajo pretenden dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿El servicio o atractivo representado en la ficha es necesario en la comunidad para atender turistas? Se pretende que analicen desde el punto de vista del visitante si es o no necesario y por qué.
- Importancia para la comunidad. La importancia de dicho servicio para la comunidad se evaluó con una escala del uno al tres, donde:
  - 1: Alta prioridad, de suma importancia comenzar a trabajar por ello cuanto antes.
  - 2: Prioridad media, puede esperar de 1 a 2 años para ponerse al servicio de los visitantes.
  - 3: Baja prioridad, no se planea contar con esto en la comunidad.
- ¿En cuál de los siguientes lugares se puede desarrollar ese servicio?  
Para esta pregunta se generó una lista donde se muestran los principales atractivos naturales y artesanales de San Ramón, con el fin que emplearan los necesarios según su criterio.

<b>Nº</b>	<b>Nombre de Recurso</b>
1	Sector El Ceibo, PNBC
2	Finca de don Bernal Corrales
3	Plantación de Pimienta
4	Plantación de Stevia
5	Finca de Familia Gómez Cascante
6	Finca de Familia Mena Brenes
7	Zoocriadero de Tepezcuintes y Finca Integral
8	Santuario de Mariposas Silvestres
9	Ríos de San Ramón
10	Artesanías Sueño Real
11	Artesanías de doña Roxania
12	Artesanías La Beraca
13	Eco Artesanías Pura Vida

*Figura 5:* Atractivos naturales y artesanales identificados

Fuente: Elaboración propia.



- ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?  
Para dar un valor ampliado a cada servicio, los pobladores deben pensar qué podría hacer de ese servicio único entre otros servicios similares.

Los datos obtenidos de los inventarios y apoyados con los datos analizados en el taller con los asociados de la cooperativa, generan el diseño de producto turístico.

### **3.4. Descripción de los procedimientos y técnicas para analizar y sistematizar la información**

Habiendo registrado la información del trabajo de campo en las fichas elaboradas para el inventario de atractivos turísticos, de acuerdo a la metodología de clasificación de Cárdenas Tabares, se procede según las características del recurso hacer la jerarquización correspondiente según los criterios observados en la *Figura 6*. (2006, pág. 39).

<b>Jerarquía</b>	<b>Criterios requeridos por jerarquía</b>
5	Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país o de algún mercado específico.
4	Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.
3	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas; o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales).

2	Atractivos con méritos suficientes como para considerarlos importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico.
1	Atractivos con méritos suficientes para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.
0	Atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización.

Figura 6: Jerarquización para atractivos turísticos.

Fuente: Cárdenas Tabares, F. (2006). Proyectos Turísticos Localización e Inversión. México: Trillas.

Para la evaluación de las vías de acceso se planteó la siguiente escala de puntaje:

Puntos	Significado del Factor	Criterios requeridos por puntaje
5	Óptimo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplitud suficiente, dos carriles contrarios.</li> <li>• Asfaltado en excelentes condiciones.</li> <li>• Presencia de cunetas y alcantarillado.</li> <li>• Señalización horizontal y vertical a lo largo de la vía.</li> </ul>
4	Buen estado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplitud suficiente, dos carriles contrarios.</li> <li>• Asfalto en excelentes condiciones.</li> <li>• Poca señalización o ausencia señalización horizontal o vertical.</li> <li>• Poca presencia o ausencia de cunetas o alcantarillado.</li> </ul>
3	Estado regular	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplitud media.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asfaltado o lastre en buenas condiciones. (Ausencia o pocos hoyos)</li> <li>• Poca presencia o ausencia de cunetas o alcantarillado.</li> </ul>
2	Mal estado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de cunetas o alcantarillado.</li> <li>• Vía angosta</li> <li>• Asfaltado o lastre con muchos hoyos.</li> </ul>
1	Muy mal estado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de cunetas o alcantarillado.</li> <li>• Vía angosta</li> <li>• Asfaltado o lastre con muchos hoyos.</li> <li>• Topografía que impide el uso de vehículos sin doble tracción.</li> </ul>

*Figura 7:* Escala para evaluar vías de acceso.

Fuente: Elaboración propia.

Habiendo muchos criterios a nivel nacional para determinar la calidad de establecimientos de planta turística sin tomar como base la realidad rural de muchas empresas, la evaluación de la planta turística se deja a criterio de las normativas de calidad a cargo del Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

En el caso del inventario de infraestructura se registra la información necesaria para la ficha se coloca en lugar de la casilla de jerarquización la palabra accesos, donde se hará referencia a la puntuación que recibirán los accesos (Ver *Figura 7*) en caso de ser necesario utilizarla ya que según Cárdenas Tabares no cabe establecer jerarquías entre los distintos órdenes relativos a infraestructura; sino evaluar por medio de sus características la calidad y la eficacia de las redes existentes (2006, pág. 54).

Para diseñar el producto turístico de la COOPROTURS R.L. se utilizarán las ideas que las personas consideraron imperantes en el desarrollo de la actividad turística, y si existe alguna otra idea practicable y sostenible se incorporará al diseño de producto turístico.

### **3.5. Descripción de los procedimientos para generar la propuesta.**

Primeramente validando la oferta por medio del taller planteado anteriormente con el fin de acercarse a lo que los pobladores y clientes puedan necesitar en la comunidad para el desarrollo de la actividad turística a nivel rural y deseablemente comunitario. El cual se hará tomando en cuenta a los 37 miembros de COOPROTURS R.L. así como los atractivos y servicios de los asociados, priorizando aquellos que posean tierra, o un proyecto funcionando o a punto de funcionar. También se hará observación de los proyectos que la comunidad planea ofrecer por medio de un taller donde se valoren las opciones tanto existentes como las propuestas y así formar un producto turístico integral, no impuesto.

Para elegir la metodología adecuada para el producto turístico fue necesario realizar una revisión bibliográfica, la cual permitiera identificar características significativas de los diferentes métodos de diseño de productos turísticos para el proyecto, se tomaron en cuenta para este análisis:

- Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba: 2007.
- Diseño del producto turístico. Un enfoque y propuesta metodológica: Colombia, 2006.
- Integración y diseño del producto turístico aplicado a la región central del destino Cuba: 2013.
- Procedimiento de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos: Ecuador, 2014.
- Metodología específica para la creación de producto turístico en torno a vías verdes: España, 2014.

Ésta última se utilizó para generar la propuesta ya que incorpora elementos en el servicio o actividad que permiten mayor flexibilidad para adaptarlos al contexto de la comunidad, así como generar un documento que facilite la lectura y comprensión de los interesados. De igual manera pretende con éstas características, que la propuesta sea más útil para la comunidad y genere valor ampliado a los servicios que se plantean.

## CAPÍTULO IV RESULTADOS

### 4.1. Inventario de patrimonio turístico

#### 4.1.1. Inventario de atractivos turísticos

Se identificaron 17 atractivos, de los cuales sólo uno presenta jerarquía 3 (Parque Nacional Braulio Carrillo, Sector El Ceibo) lo cual indica que es un atractivo con un rasgo llamativo, en este caso las aves, que puede ser fuente de motivación para atraer visitantes de largas distancias del mercado interno o externo. Los demás atractivos presentan jerarquía 2, la cual indica que los mismos se consideran importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para turismo receptivo. (Ver *Figura 8.*) Esto muestra que los atractivos jerarquizados a nivel 2 pueden formar parte de los atractivos que complementen al Parque Nacional Braulio Carrillo, Sector El Ceibo, que presenta gran potencial para la atracción de visitantes interesados en la observación de avifauna y naturaleza.

<b>Inventario de Atractivos Turísticos</b>					
<b>Nº</b>	<b>Nombre de Recurso</b>	<b>Categorización</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquización</b>
1	Sector El Ceibo, PNBC	Sitios Naturales	Parque nacionales y reservas de flora y fauna	-	3
2	Finca de Bernal Corrales	Sitios Naturales	Lugares para observación de flora y fauna	-	2

3	Plantación de Pimienta	Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones agropecuarias	-	2
4	Plantación de Stevia	Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones agropecuarias	-	2
5	Finca de Familia Gómez Cascante	Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones agropecuarias	-	2
6	Finca de Familia Mena Brenes	Sitios Naturales	Lugares para observación de flora y fauna	-	2
7	Zoocriadero de Tepezcuintes y Finca Integral	Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones agropecuarias	-	2
8	Centro Turístico Santuario de Mariposas Aguas Silvestres	Sitios Naturales	Lugares para observación de flora y fauna	-	2
9	Ríos de San Ramón	Sitios Naturales	Lugares para observación de flora y fauna	-	2
11	Artesanías Sueño Real	a. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	a. Obras de arte y técnica	a. Artesanía	2

		b. Folklore	b. Artesanía y artes	b. Maderas	
12	Artesanías de doña Roxania	a. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	a. Obras de arte y técnica	a. Artesanía	2
		b. Folklore	b. Artesanía y artes	b. Pinturas	
13	Artesanías La Beraca	a. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	a. Obras de arte y técnica	a. Artesanía	2
		b. Folklore	b. Artesanía y artes	b. Tejidos e indumentaria	
14	Eco Artesanías Pura Vida	a. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	a. Obras de arte y técnica	a. Artesanía	2
		b. Folklore	b. Artesanía y artes	b. Tejidos e indumentaria	
15	Gastronomía de San Ramón	Folklore	Comidas y bebidas típicas	-	2
16	Leyendas e Historias	Folklore	Manifestaciones religiosas, creencias populares	-	2

17	Tradiciones y costumbres	Folklore	Manifestaciones religiosas, creencias populares	-	2											
18	Actividades festivas	Acontecimientos programados	<table border="1"> <tr> <td>a. Artísticos</td> <td> <table border="1"> <tr> <td>a. Música</td> </tr> <tr> <td>b. Fiestas religiosas y profanas</td> </tr> <tr> <td>c. Corridas de toros</td> </tr> <tr> <td>d. Ferias y exposiciones</td> </tr> <tr> <td>e. Gastronomía</td> </tr> <tr> <td>f. Rodeos</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td>b. Deportivos</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c. Otros</td> <td></td> </tr> </table>	a. Artísticos	<table border="1"> <tr> <td>a. Música</td> </tr> <tr> <td>b. Fiestas religiosas y profanas</td> </tr> <tr> <td>c. Corridas de toros</td> </tr> <tr> <td>d. Ferias y exposiciones</td> </tr> <tr> <td>e. Gastronomía</td> </tr> <tr> <td>f. Rodeos</td> </tr> </table>	a. Música	b. Fiestas religiosas y profanas	c. Corridas de toros	d. Ferias y exposiciones	e. Gastronomía	f. Rodeos	b. Deportivos		c. Otros		2
a. Artísticos	<table border="1"> <tr> <td>a. Música</td> </tr> <tr> <td>b. Fiestas religiosas y profanas</td> </tr> <tr> <td>c. Corridas de toros</td> </tr> <tr> <td>d. Ferias y exposiciones</td> </tr> <tr> <td>e. Gastronomía</td> </tr> <tr> <td>f. Rodeos</td> </tr> </table>	a. Música	b. Fiestas religiosas y profanas	c. Corridas de toros	d. Ferias y exposiciones	e. Gastronomía	f. Rodeos									
a. Música																
b. Fiestas religiosas y profanas																
c. Corridas de toros																
d. Ferias y exposiciones																
e. Gastronomía																
f. Rodeos																
b. Deportivos																
c. Otros																

Figura 8: Atractivos turísticos identificados.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la categorización: 5 fichas corresponden a sitios naturales, 8 a realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas, 7 corresponden a folklore y una ficha a acontecimientos programados. Existen en las categorías: realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas y a folklore, 4 fichas que poseen 2 categorías al mismo tiempo, por ello en la cantidad de fichas por categoría el resultado es 21 y no 17.



Todos los atractivos identificados son caracterizados en el caso de recursos naturales por: belleza escénica, potencial para observación de flora y fauna e investigación, y en el caso de recursos culturales y artesanía, la autenticidad, así como la riqueza cultural e histórica son inherentes a éstos atractivos. Lo cual puede volverse un motivación de viaje al complementarlo con servicios como: tour operación, hospedaje, alimentación, guiado turístico, y tours que se deriven de la lista de atractivos presente en la *Figura 8*.

Es importante rescatar que el atractivo principal de San Ramón, Sarapiquí, son las aves que se observan a lo largo de los caminos y en especial en el Parque Nacional Braulio Carrillo. Según La Nación de alrededor de 900 especies de aves existentes en el país, sólo en la zona de Sarapiquí se pueden observar casi el 50% de ellas (2015).

#### 4.1.2. Inventario de planta turística

Se identificaron 7 establecimientos de planta turística de los cuales 3 se clasifican en alojamiento y 4 en alimentación. Ver *Figura 9*.

<b>Inventario de Planta Turística</b>				
<b>Nº</b>	<b>Nombre de Establecimiento</b>	<b>Categorización</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
1	Hotel San Ramón	Alojamiento	Extrahotelero	Albergues
2	Posada del Bambú	Alojamiento	Extrahotelero	Viviendas en alquiler en casas y cabañas
3	Centro Turístico Santuario de Mariposas Aguas Silvestres	Alojamiento	Extrahotelero	Viviendas en alquiler en casas y cabañas
4	Bar Restaurante Rancho Escondido	Alimentación	Cafeterías y bares	-
5	Bar Boruca	Alimentación	Cafeterías y bares	-
6	Soda Lili	Alimentación	-	-
7	Soda de Esposa de Don José Cascante	Alimentación	-	-

*Figura 9.* Planta turística identificada.

Fuente: Elaboración propia.

En relación con la categoría de alojamiento, se estima que actualmente la capacidad de carga de los establecimientos de hospedaje de los asociados de COOPROTURS R.L. es de 38 visitantes en total. Lo que posibilita la pernoctación de esa cantidad de personas al día en San Ramón Sarapiquí. Sin embargo según la información obtenida, éstos sitios de hospedaje están en proceso de construcción o presentan demanda de mejoras físicas para ofrecer el servicio adecuadamente a los visitantes, asimismo dos de éstos establecimientos: Hotel San Ramón y Posada del Bambú, no cuentan con baño privado por habitación, lo cual limita las posibilidades de optar por la declaratoria turística que otorga el Instituto Costarricense de Turismo a los establecimientos de hospedaje.

#### 4.1.3. Inventario de infraestructura

Se registraron 21 fichas con la siguiente distribución en cuanto a categorización: 3 fichas relativas a transporte, 2 correspondientes a comunicaciones y finalmente sin categoría se presentan 16 fichas. (Ver *Figura 10.*) Esto indica que en la metodología de Fabio Cárdenas Tabares utilizada para inventariar la infraestructura existe la necesidad de generar nuevas categorías, tipos y subtipos para los servicios que no se han tomado en cuenta. De igual manera esta identificación de infraestructura permitió determinar necesaria la mejoría de los servicios de: baños con acceso para personas con alguna discapacidad, salud, internet, televisión por cable y puentes. Esto con el fin de optimizar la oferta de servicios básicos para el desarrollo de la actividad turística.

<b>Inventario de Infraestructura</b>				
<b>Nº</b>	<b>Nombre de Infraestructura</b>	<b>Categorización</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
1	Acceso por Pozo Azul	Transporte	Terrestre	Vial
2	Cocina Comunal	-	-	-
3	Salón Comunal	-	-	-
4	Acceso por San Miguel	Transporte	Terrestre	Vial
5	Acceso por El Roble	Transporte	Terrestre	Vial
6	Súper San Ramón	-	-	-
7	Abastecedor la Esquina	-	-	-
8	Redondel de San Ramón	-	-	-
9	Electricidad	-	-	-
10	Agua/Acueducto	-	-	-

11	Telefonía fija y móvil	Comunicaciones	Telefónicas	-
12	Internet	Comunicaciones	-	-
13	Televisión por cable	-	-	-
14	Plaza Pública	-	-	-
15	Plaza Municipal	-	-	-
16	Cancha Sintética Municipal	-	-	-
17	Servicio de Salud	-	-	-
18	Servicio de Transporte	-	-	-
19	Súper Talamanca	-	-	-
20	Puentes	-	-	-
21	Bazar La Bendición	-	-	-

*Figura 10:* Infraestructura identificada.

Fuente: Elaboración propia.

Se identificaron tres accesos a la comunidad, (Ver *Figura 11.*) los cuales se evaluaron según la escala planteada en la *Figura 7.* para valorar los accesos, lo que permitió identificar el acceso por Pozo Azul como la ruta de mejor calidad vial para ingresar a la comunidad, ya que presenta asfalto durante los seis kilómetros de recorrido hasta el centro de San Ramón, Sarapiquí, acortando el tiempo de llegada de los visitantes al destino.

<b>Accesos a San Ramón, Sarapiquí</b>		
<b>Nº</b>	<b>Nombre de Infraestructura</b>	<b>Accesos</b>
1	Acceso por Pozo Azul	4
2	Acceso por San Miguel	1
3	Acceso por El Roble	1

*Figura 11:* Accesos identificados y su estado.

Fuente: Elaboración propia.

De la misma forma los servicios de infraestructura, planta y atractivos turísticos también se calificaron según la escala planteada para valorar los accesos obteniendo como resultado principal que los mismos poseen acceso en estado regular, caracterizados por topografía dificultosa para medios de transporte sin doble tracción, lo que dificulta que cualquier medio de transporte llegue a los diferentes atractivos turísticos del lugar.

#### 4.1.4. Inventario de supraestructura

En cuanto a la presencia institucional se detectan 14 entidades que han tenido y tienen influencia en la comunidad, tanto a nivel organizativo comunal, como apoyo estatal y privado externo. (Ver *Figura 12.*) Esto evidencia que para el desarrollo de la actividad turística existe la posibilidad de invertir recursos en la comunidad, enfocados en la capacitación del talento humano, recursos económicos para el desarrollo de los emprendimientos identificados y la protección de los recursos naturales presentes en San Ramón, Sarapiquí. Además se evidencia la organicidad de esta comunidad por medio de los diferentes grupos asociativos que lideran el desenvolvimiento de los proyectos que se programan.

<b>Inventario de Supraestructura</b>	
<b>Nº</b>	<b>Nombre de institución u organización</b>
1	SINAC
2	Universidad Nacional (UNA)
3	Tecnológico de Costa Rica (TEC)
4	Municipalidad
5	Instituto Nacional de Fomento Cooperativo (INFOCOOP)
6	INDER
7	Asociación de Desarrollo Integral de San Ramón
8	Comité de caminos
9	Comité de salud
10	INA
11	Programa tejiendo desarrollo. (Enlace entre IMAS INDER)
12	ASADA
13	Comité de crédito
14	Comité de deportes

*Figura 12:* Supraestructura identificada.

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2. Diseño de producto turístico para COOPROTURS R.L.

##### 4.2.1. Taller de valoración de la oferta

El taller para valorar la oferta que la cooperativa puede ofrecer en torno al turismo, permitió identificar según la prioridad para la comunidad 11 servicios con prioridad 1, lo que significa que consideran necesario comenzar a trabajar cuanto antes en la implementación de los siguientes servicios: tour operador turístico,

transporte, alimentación, hospedaje, guiado turístico, tour de observación de aves, tour nocturno, tour de pimienta, tour de finca integrada, balneario natural y souvenir. En el caso del tour cultural, tour de stevia y tour de caídas de agua los pobladores expresan que la prioridad para ellos es 2, ya que no es estrictamente necesario para los visitantes y puede esperar un tiempo para ponerse al servicio de los mismos.

Finalmente expresan después del análisis grupal, que la zona de camping puede apartarlos de la idea de turismo rural, por lo que deciden no brindar más información en la ficha. De esta forma también plantean un mariposario nocturno y un tour de anfibios y reptiles en dos de las fichas asignadas para nuevas ideas de servicio, sin embargo no brindaron más datos. Se consideró que al no haber interés de la población, no tener suficientes condiciones y potencial según el contexto de la comunidad para el desarrollo adecuado de éstos servicios, estas tres actividades no fueron tomadas en cuenta para el diseño de producto turístico de COOPROTURS R.L. Ver *Figura 19*.

#### **4.2.2. Diseño de producto turístico**

Se planteó un diseño orientado al contexto de la comunidad y de la cooperativa, evidenciado porque la identificación de los recursos disponibles a nivel de atractivos, planta, infraestructura y supraestructura turística de la comunidad muestra: 18 atractivos turísticos, 7 fichas de planta turística, 21 fichas de infraestructura y 14 fichas de supraestructura identificadas. Esto permite observar que el atractivo principal de San Ramón, gira en torno al patrimonio natural de flora y fauna, lo cual evidencia que la producción y la cultura de la ruralidad convierten en aliados para complementar el principal atractivo identificado.

Para luego de toda esta información filtrar, ordenar y priorizar el esquema general del diseño de producto turístico de COOPROTURS R.L. Habiendo evaluado los siguientes servicios en el taller de valoración de la oferta: tour operador turístico, transporte, alimentación, hospedaje, guiado turístico, tour de observación de aves, tour nocturno, tour de pimienta, tour de finca integrada, balneario natural, souvenir, tour cultural, tour de stevia y tour de caídas de agua. Los cuales son los que terminan formando el diseño de producto turístico (Ver *Figura 21*.), fraccionado en

ocho servicios necesarios para ofertar a los visitantes que ingresen a San Ramón, Sarapiquí, turismo rural, mencionados a continuación:

1. Tour Operador Turístico
2. Transporte
3. Alimentación
4. Hospedaje
5. Guiado Turístico
6. Tours de San Ramón, Sarapiquí
7. Balneario Natural
8. Suvenir

La metodología específica para la creación de producto turístico en torno a vías verdes, fue creada por la “Rutas Pangea y la Fundación de los Ferrocarriles Españoles encargada del desarrollo del Programa español de Vías Verdes desde 1993” (Blázquez , Sarrión , Aycart, Hernández , & Jiménez, 2014, pág. 1). Debido al contexto de la comunidad, y las características de los servicios identificados se decide utilizar esta metodología ya que permite flexibilidad para generar un documento que facilite la lectura y comprensión de los interesados, con el fin de ser de utilidad para la comunidad.

Con base a la metodología mencionada, los elementos que se desarrollaron por servicio para considerarlos en la propuesta son:

1. Concretar los aspectos básicos del producto:
  - Propósito del servicio: con el fin de orientar la labor de los asociados en torno a la necesidad del cliente y su visión del servicio.
  - Características del servicio: se mencionarán las características imprescindibles del servicio en una comunidad rural.
2. Añadir valor a la propuesta:
  - Principios del servicio: estos permitirán según Blázquez, Sarrión, Aycart, Hernández & Jiménez, generar un valor ampliado a la propuesta por medio del personal y su interacción con el visitante,

prestación de servicios complementarios, sostenibilidad en sus tres ámbitos: social, ambiental y económico, predominio de productos locales, información y cultura (2014, pág. 7).

Cada servicio posee los siguientes elementos:

- a. Propósito del servicio: que indica la intención del servicio para la comunidad y para el visitante.
- b. Descripción del servicio: para ubicar al lector sobre la función de dicho servicio para el turista y para la comunidad.
- c. Características del servicio: explica las principales características que este servicio debe tener en una comunidad rural.
- d. Principios del servicio: muestra cuales deben ser las actitudes de los participantes internos (asociados) y externos (visitantes), en el desarrollo de dicho servicio.

En la *Figura 13* se presentan tres ejemplos de lo que contiene cada servicio en el producto turístico de la COOPROTURS R.L. Esta propuesta de producto turístico tiene como propósito que la cooperativa disponga de una herramienta base para tomar decisiones relativas a la escogencia de proyectos en los que se invertirá: recurso humano y capital económico en el ámbito turístico. Ver *Figura 21*.

Servicio	Propósito	Descripción	Características	Principios
Tour operador turístico	Crear alianzas comunales y empresariales para la organización receptiva de los visitantes que ingresen a San Ramón, Sarapiquí.	Recalca que la función del servicio es organizar el viaje del visitante e integrar los servicios de la comunidad con encadenamientos productivos y otras empresas.	1. Segmento de mercado definido. 2. Paquetes e itinerarios definidos. 3. Zona de influencia delimitada. 4. Intermediarios definidos. 5. Comisiones, porcentajes y margen de distribución de ganancia para cooperativa, pobladores e intermediarios. 6. Personas a cargo capacitadas. 7. Tecnología debe ser un aliado para la tour operación.	1. Constancia 2. Honestidad 3. Compromiso con encadenamientos 4. Compromiso con conservación 5. Diseñar distintivos para servicios de la COOPROTURS R.L. 5. Mantener el código de ética turístico.
Balneario natural	Aprovechar el recurso hídrico y paisajístico de la comunidad para ofrecer una experiencia relajante en medio de la naturaleza y aguas cristalinas de San Ramón, Sarapiquí.	Se describe que un balneario natural corresponde a un sitio donde los visitantes hacen uso de una piscina en un río o lago propios de una comunidad.	1. Análisis de agua periódicos. 2. Seguridad médica en caso de accidentes. 3. Compromiso con relajación y disfrute del visitante. 4. Posibles lugares: Río San Ramón, San Ramoncito o Centro Turístico Santuario de Mariposas Aguas Silvestres.	1. Velar por conservación de mantos acuíferos no utilizados. 2. Campañas de reforestación en bosques de galería.



Alimentación	Ofrecer la gastronomía típica de San Ramón, Sarapiquí a los visitantes de manera inocua y auténtica.	Menciona que el tipo de gastronomía usado en la comunidad es Típico.	1. La autenticidad y cocina a la leña de los platillos. 2. La inocuidad promueve calidad 3. Presentación auténtica. 4. Carné de manipulación de alimentos al día.	1. Compromiso con productores locales 2. Compromiso con producción orgánica 3. Servicio al cliente de calidad y colaboradores capacitados.
--------------	--	--	---	--

Figura 13: Resumen de tres de los servicios del producto turístico de COOPROTURS R.L.

Fuente: Elaboración propia.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. Conclusiones**

- Existe potencial para el desarrollo de actividades relacionadas con el turismo rural, ya que se identificaron atractivos naturales, rurales y culturales, además se cuenta con vías de acceso en buenas condiciones, desde la entrada por La Virgen hasta el centro de la comunidad, motivo que facilita el ingreso y permitiría el disfrute de los recursos y servicios en la localidad y el Sector del Ceibo del PNBC de una manera más práctica.
- El calor humano y la cultura presente en la comunidad son un complemento para dicha oferta de turismo rural, que con las actividades productivas presentes en la comunidad hace posible la creación de encadenamientos productivos que ayuden a diversificar la economía de la comunidad de manera equitativa por medio de la cooperativa. La visión de los asociados de COOPROTURS R.L. es posicionarse como un destino donde los emprendimientos de la comunidad están encadenados por medio de la autogestión y la conservación de la flora y fauna del lugar, para ofrecer a los visitantes experiencias auténticas así como mostrar el patrimonio identificado de manera sostenible.
- La planta e infraestructura identificadas en la comunidad presentan condiciones básicas, que permiten a posibles visitantes, investigadores, o estudiantes alimentarse y alojarse en la comunidad, sin embargo para el futuro desarrollo de la actividad turística de manera más planificada estos servicios deben mejorar con el fin de ofrecer mejores condiciones a los visitantes.
- Existen instituciones públicas y privadas desarrollando proyectos a nivel de infraestructura, conservación, capacitación y apoyo económico para la comunidad, la principal es COOPROTURS R.L. que pretende por medio de este apoyo de la supraestructura gestar emprendimientos para disponer de los servicios turísticos.

- El taller de valoración de oferta permitió conocer la percepción de la comunidad acerca de los resultados obtenidos del inventario de patrimonio turístico, siendo un insumo para ayudar a filtrar los elementos propuestos que componen el producto turístico de COOPROTURS R.L. los cuales son servicios que la comunidad de San Ramón puede poner a disposición de los visitantes para que tengan una experiencia placentera y satisfacer sus necesidades básicas.
- La metodología específica para la creación de producto turístico en torno a vías verdes, permitió integrar los servicios determinados y valorados en una propuesta fácil de interpretar y adaptada al contexto de la comunidad de San Ramón, Sarapiquí, donde se enfatiza la importancia de mantener la ética en el turismo y la sostenibilidad en cada uno de los servicios y actividades que compondrían una futura oferta turística de COOPROTURS R.L.

## **5.2. Recomendaciones**

- El Sector El Ceibo del Parque Nacional Braulio Carrillo es el atractivo natural más importante de San Ramón, Sarapiquí. Este está en proceso de diseño de la zona de uso público con el fin de tener las condiciones adecuadas para los visitantes que decidan ingresar, siendo esto una oportunidad para que COOPROTURS R.L. emprenda las gestiones pertinentes para motivar a los actores institucionales responsables de estas acciones a que se realicen de manera adecuada.
- El estado de la planta e infraestructura presente en la comunidad está poco desarrollada y se puede mejorar con base a los estándares de calidad turística del país, así como los requisitos y sugerencias del Instituto Costarricense de Turismo, sin embargo se recomienda no incrementar o invertir en nueva oferta de servicios sin antes analizar la necesidad de éstos y mejorar las condiciones de los actuales.
- Los asociados de COOPROTURS R.L. piensan que es prioritario comenzar a dar forma a los servicios identificados y aplicados en el diseño

propuesto, lo que posibilita que al comenzar la capacitación en turismo rural por medio del Especialista de Turismo Rural se articule la propuesta con la aplicación de los conocimientos que adquieran. Se sugiere el acompañamiento en la gestión de los emprendimientos aprovechando las capacitaciones del programa de especialista en turismo rural, con el fin que se elaboren para cada caso: la materia prima, insumos, costo de producción, margen de utilidad y precio de venta, la creación de itinerarios e interpretación para cada tour: tour de observación de aves, nocturno, tour cultural, de stevia orgánica, de pimienta orgánica, finca integrada y caídas de agua. Así como para los servicios de: tour operación, transporte, alimentación, hospedaje, guiado turístico, balneario natural, souvenir.

- Para COOPROTURS R.L. es necesario identificar el perfil del cliente así como las estrategias de comercialización del producto turístico, es por ello que se recomienda dar seguimiento a la propuesta por medio de un estudio de mercado que analice la demanda, el consumidor, la estrategia comercial y mercadeo, así como un análisis del entorno empresarial.
- Partiendo que este estudio es una línea base para la ejecución de nuevos Trabajos Finales de Graduación se propone dar continuidad a distintos áreas de trabajo como: generar un manual de los requerimientos administrativos y operativos para los servicios rurales de COOPROTURS R.L. entre ellos: tour operador turístico, transporte, alimentación, hospedaje, guiado turístico, tours de San Ramón, Sarapiquí, balneario natural y souvenir. Otra línea de trabajo es la recopilación y elaboración de un libro histórico, con la información recopilada en el ámbito cultural y culinario, con el fin de conservar el patrimonio y que sirva como insumo para el souvenir y guías locales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Asociación de Desarrollo Integral de San Ramón de la Virgen, Sarapiquí. (S.f. ).  
Historia de San Ramón. *Un esfuerzo por recopilar la historia de San Ramón*,  
1-21.
- Asociación Española de Stevia Rebaudiana. (S.f.). *Beneficios de la stevia*. Obtenido  
de Sitio web de la Asociación Española de Stevia Rebaudiana:  
<http://www.stevia-asociacion.com/index.php/beneficios>
- Barrantes Echavarría, R. (2014). *Investigación: un camino al conocimiento. Un  
enfoque cualitativo, cuantitativo o mixto*. Costa Rica: Editorial Universidad  
Estatual a Distancia.
- Blázquez , J., Sarrión , J., Aycart, C., Hernández , A., & Jiménez, M. (2014).  
*Metodología específica para la creación de producto turístico en torno a vías  
verdes*. Unión Europea: Rutas Pangea y Fundación de los Ferrocarriles  
Españoles (FFE) Gerencia de Vías Verdes y Medio Ambiente.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Calvo Quirós, A., Rostrán Obando, M., & Fernández Mora, L. (2015). *Informe de  
gira 19 de noviembre*. Santa Clara, San Carlos.
- Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación. (09 de 11 de 2011).  
*Noticias*. Obtenido de Página web de la Cámara de Tecnologías de  
Información y Comunicación: [http://www.camtic.org/nuestros-  
afiliados/software-libre-facilitara-labor-de-empresas-turisticas/](http://www.camtic.org/nuestros-afiliados/software-libre-facilitara-labor-de-empresas-turisticas/)
- Cárdenas Tabares, F. (2006). *Proyectos Turísticos Localización e Inversión*.  
México: Trillas.
- Casado, A., & Sellers, R. (2006). *Dirección de Marketing: Teoría y Práctica*. España:  
Editorial Club Universitario.
- COOPROTURS R.L. (2015). *Reseña Histórica de la Cooperativa*. San Ramón,  
Heredia.
- Equipo Vértice. (2007). *Marketing Turístico* . España: Editorial Vértice.
- Estado de la Nación . (2004). *Undécimo informe sobre el estado de la nación en  
desarrollo humano sostenible*. Costa Rica.

- Fernández Ávila, V. (2006). *Diseño del Producto Turístico una Propuesta Metodológica*. Bogotá, Colombia.
- Gronroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid, España: Díaz de Santos S.A.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- ICT, PNUD . (2005). *Plan de Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario*.
- Instituto Costarricense de Turismo. (29 de 09 de 2012). *Leyes y reglamentos*. Obtenido de Sitio web del Instituto Costarricense de Turismo: <http://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislaci%C3%B3n-de-empresas/leyes-y-reglamentos/597-reglamento-de-los-guias-de-turismo/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (28 de 10 de 2014). *Leyes y Reglamentos*. Obtenido de Sitio web del Instituto Costarricense de Turismo: <http://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislaci%C3%B3n-de-empresas/leyes-y-reglamentos/598-reglamento-de-las-empresas-de-hospedaje-turistico/file.html>
- Instituto Nacional de Aprendizaje. (2002). *Generalidades del Turismo*. San José, Costa Rica.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). *Indicadores de población*. Obtenido de Sitio web: INEC: <http://datos.inec.go.cr/dashboards/5341/poblacion/>
- La Gaceta. (01 de octubre de 2009). *Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario*. Acosta.
- La Nación. (17 de 09 de 2015). Los amantes de las aves "volarán" a Sarapiquí para celebrar su festival. *Periódico La Nación*.

- López Clemente, P. (19 de setiembre de 2006). *Biblioteca virtual*. Obtenido de Universidad de Salamanca: [http://sabus.usal.es/site%20med/descargas/Pedro\\_%20FI.pdf](http://sabus.usal.es/site%20med/descargas/Pedro_%20FI.pdf)
- Machado Chaviano, E. (2013). Integración y diseño del producto turístico, aplicado a la región central del destino Cuba. *Geographos*, 69-92.
- Machado Chaviano, E., & Hernández Aro, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Dialnet*, 161-174.
- Maldonado , C., & Hernández, G. (2011). Guía para autogestión de calidad. Servicios Turísticos Comunitarios. Ecuador: Organización Internacional de Trabajo.
- Morera, C. (2006). Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica. *Ambientico*, 4-8.
- Organización Mundial de la Salud. (2000). *Temas de salud*. Obtenido de Sitio web de la Organización Mundial de la Salud : [http://www.who.int/topics/food\\_safety/es/](http://www.who.int/topics/food_safety/es/)
- Organización Mundial del Turismo. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (21 de 12 de 2001). *Ética y responsabilidad social*. Obtenido de Sitio web de la Organización Mundial del Turismo: <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>
- Quesada Castro, R. (2014). *Elementos de turismo. Teoría, clasificación y actividad*. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Quesada, R. (2010). *Elementos del Turismo Teoría, Clasificación y Actividad*. San José: EUNED.
- Rivera Camino, J., & de Garcillán , M. (2007). *Dirección de Marketing: fundamentos y aplicaciones*. Madrid, España: ESIC.
- Rosales Posas, R. (2015). *La formulación y la evaluación de proyectos con énfasis en el sector agrícola*. San José: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia.
- Sancho Pérez, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo OMT WTO.

- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y Formulación de Proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Silvestrini Ruiz, M., & Vargas Jorge, J. (enero de 2008). Obtenido de Universidad Interamericana de Puerto Rico : <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>
- Varisco, C., Castellucci, D., González, M., Muñoz, M., Padilla, N., Campoliete, L., & Benseny, G. (2014). El Relevamiento Turístico: de CICATUR a la planificación participativa. *VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*, (pág. 17). Neuquén, Argentina .
- Viloria Cedeño, N. E. (2012). Desarrollo turístico y su relación con el transporte. *Gestión turística*, 23-36.



## APÉNDICES

Nº DE FICHA	Nombre del Recurso					
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas		
				Latitud	Longitud	MSNM
Propietario						
Ubicación						
Descripción y Características						
FOTOGRAFÍA	Vías de acceso					
	Estado					
	1 ( )    2 ( )    3 ( )    4 ( )    5 ( )					
	OBSERVACIONES					

*Figura 14:* Ficha de inventario de atractivos turísticos.

Fuente: Elaboración propia. Adaptado de Cárdenas Tabares, F. (2006).

Nº DE FICHA	Nombre del Establecimiento				
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Coordenadas		
			Latitud	Longitud	MSNM
Propietario					
Ced. del Propietario		Ced. Jurídica			
Ubicación					
Descripción y Características					
FOTOGRAFÍA	Vías de acceso				
	Estado				
	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
	OBSERVACIONES				

Figura 15: Ficha de inventario de planta turística

Fuente: Elaboración propia. Adaptado de Cárdenas Tabares, F. (2006).

Nº DE FICHA		Nombre de Infraestructura				
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
				Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento						
Ubicación						
Descripción y Características						
FOTOGRAFÍA			OBSERVACIONES			

Figura 16: Ficha de inventario de infraestructura.


Fuente: Elaboración propia. Adaptado de Cárdenas Tabares, F. (2006).

INSTITUCIÓN	AÑO DE ACERCAMIENTO	ACCIONES REALIZADAS

*Figura 17:* Ficha para inventario de supraestructura.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 18: Fichas de trabajo para taller de valoración de la oferta.

FICHA DE TRABAJO	
Tour de Observación de Aves	
	
1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?	
2. Importancia para la comunidad	
1 ( )    2 ( )    3 ( )	
3. Lugar donde se podría realizar	
4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?	

FICHA DE TRABAJO

Tour nocturno



1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?



2. Importancia para la comunidad

1 ( )    2 ( )    3 ( )

3. Lugar donde se podría realizar

--

4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?


FICHA DE TRABAJO		
Tour de stevia		
		
1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?		
2. Importancia para la comunidad		
1 ( )    2 ( )    3 ( )		
3. Lugar donde se podría realizar		
4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?		

FICHA DE TRABAJO  
Tour de Finca Integrada



1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?


2. Importancia para la comunidad

1 ( )    2 ( )    3 ( )

3. Lugar donde se podría realizar

--

4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?




FICHA DE TRABAJO

Tour de pimienta



1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?


2. Importancia para la comunidad

1 ( )    2 ( )    3 ( )

3. Lugar donde se podría realizar

--

4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?


FICHA DE TRABAJO

Tour cultural



1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?

--

2. Importancia para la comunidad

1 ( )    2 ( )    3 ( )












3. Lugar donde se podría realizar

--

4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?

--

--

FICHA DE TRABAJO			
Servicio de Tour Operador			
			
			
			
			
1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?			
2. Importancia para la comunidad			
1 ( )    2 ( )    3 ( )			
3. Lugar donde se podría realizar			
4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?			

FICHA DE TRABAJO

Souvenir o tienda de recuerdos



1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?


2. Importancia para la comunidad

1 ( )    2 ( )    3 ( )

3. Lugar donde se podría realizar

--

4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?

--

--

FICHA DE TRABAJO  
Servicio de Transporte



1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?

--

2. Importancia para la comunidad

1 ( )    2 ( )    3 ( )

3. Lugar donde se podría realizar

--

4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?

--

FICHA DE TRABAJO

Zona de Camping



1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?



2. Importancia para la comunidad

1 ( )    2 ( )    3 ( )

3. Lugar donde se podría realizar

--

4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?


<b>FICHA DE TRABAJO</b>
Servicio de hospedaje

1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?
2. Importancia para la comunidad
1 ( )    2 ( )    3 ( )
3. Lugar donde se podría realizar
4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?

FICHA DE TRABAJO

Balneario natural (río)



1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?


2. Importancia para la comunidad


1 ( )    2 ( )    3 ( )

3. Lugar donde se podría realizar

--

4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?




FICHA DE TRABAJO		
Servicio de guiado turístico		
		
1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?		
2. Importancia para la comunidad		
1 ( )    2 ( )    3 ( )		
3. Lugar donde se podría realizar		
4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?		

FICHA DE TRABAJO	
Servicio:	
Dibuje dicho servicio en este espacio	
1. ¿Es necesario brindar este servicio a los visitantes?	
2. Importancia para la comunidad	
1 ( )    2 ( )    3 ( )	
3. Lugar donde se podría realizar	
4. ¿Qué hará este servicio diferente a los que se ofrecen en otros lugares?	

<b>Información de fichas de trabajo</b>					
<b>#</b>	<b>Servicio</b>	<b>Importancia para el turista</b>	<b>Importancia para la comunidad</b>	<b>Lugar posible para ejecución</b>	<b>Diferenciación</b>
1	Tour Operador Turístico	Sí, es la guía informática necesario	1	Local de la Cooperativa	Beneficio para la cooperativa
2	Transporte	mucho	1	-	Debe ser brindado por asociados.
3	Alimentación	Sí, es necesario. Para brindar un servicio completo	1	Santuario de Mariposas, doña Felicia, o alguna de las señoras en la cocina comunal	Se ofrecerán platillos con nombres propios y originales. También se producirá un encadenamiento productivo.
4	Hospedaje	Sí, por la distancia y poder disfrutar más la belleza del lugar	1	El hotel San Ramón, Santuario de Mariposas	Que se comparta con las familias del lugar.
5	Guiado Turístico	Sí, por un mejor conocimiento del lugar	1	En todos	Calidad humana, tener simpatía, carisma, respeto, humor, educación, conocimiento de la zona, ética.
6	Tour de observación de aves	Sí, por ser una zona de avistamiento ya que tenemos en el Braulio carrillo más de 500 especies	1	Finca Puro Verde, Familia Mena Brenes, El ceibo	La variedad que tenemos.
7	Tour nocturno	Sí, porque la mayoría de especies también son nocturnos	1	El Ceibo, Bernal Corrales, Santuario de Mariposas y ríos	La seguridad comunitaria y la belleza de nuestros bosques

8	Tour Cultural	Sí, es necesario, para dar a conocer nuestro patrimonio	2	Artesanías Sueño real, Artesanías, Roxania, Eco- Artesanías Pura Vida	Se mostrarán nuestras costumbres, raíces, tradiciones e historia
9	Tour de stevia	Si porque es un producto que la mayoría desconoce el proceso	2	Plantación de Stevia	Su forma de cultivo y utilización del producto
10	Tour de Pimienta	Si es necesario, para conocer las etapas del cultivo y preparación de la pimienta	1	Plantación de pimienta de roxinia	En este tour se mostrará el proceso de secado y molición de la pimienta, además se producirá un encadenamiento productivo.
11	Tour de finca integrada	Sí es necesario, para mostrar al turista como sobrevivimos en la comunidad	1	Familia Gómez Cascante y Zocriadero de tepezcuintes	Se ofrecerá una finca orgánica, en donde los desperdicios se usarán como abono para proteger la naturaleza. También se producirá un encadenamiento productivo.
12	Balneario natural	Si es necesario, porque al turista le gusta que las comunidades conserven los ríos limpios	1	El ceibo, santuario de mariposas, ríos san Ramón, Río San Ramoncito	La sanidad y limpieza con que cuentan nuestros ríos.
13	Suvenir	Si definitivo	1	Local de la Cooperativa	Todas las personas asociadas lo harían a través de la cooperativa

					vendemos solo producto en local
14	Tour de Caídas de agua	Si porque cuentan con varias en diferentes ríos del lugar	2	Pozo azul, San Ramoncito, Bujagual, Peje, La Román, San Ramón	Ríos limpios, hermosas caídas con aguas puras y ccrystalinas
15	Zona de Camping	No lo consideraron importante ya que piensan que los aparta de la idea de turismo rural.			
16	Mariposario nocturno	No brindaron información			
17	Tour de anfibios y reptiles	No brindaron información			

*Figura 19.* Respuestas de las fichas de trabajo usadas en el taller de valoración de la oferta.

Fuente: Elaboración propia.

*Figura 20:* Inventario de patrimonio turístico de San Ramón, Sarapiquí.

Fuente: Elaboración propia.

# INVENTARIO DE

# PATRIMONIO

# TURÍSTICO

**San Ramón, Sarapiquí**

**Elaborado por: Angeline Calvo Quirós**

**2016**

## ÍNDICE

<u>Descripción de la Comunidad</u> .....	5
<u>INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</u> .....	6
<u>1. Parque Nacional Braulio Carrillo (PNBC) sector El Ceibo</u> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<u>2. Finca de don Bernal Corrales</u> .....	9
<u>3. Plantación de Pimienta Orgánica</u> .....	10
<u>4. Plantación de Stevia Orgánica</u> .....	11
<u>5. Finca Integral de Familia Gómez Cascante</u> .....	12
<u>6. Finca de Familia Mena Brenes</u> .....	13
<u>7. Zoo criadero de Tepezcuintes y Finca Integral</u> .....	14
<u>8. Centro Turístico Santuario de Mariposas Aguas Silvestres</u> .....	15
<u>9. Ríos de San Ramón</u> .....	16
<u>10. Artesanías Sueño Real</u> .....	17
<u>11. Artesanías de doña Roxania</u> .....	19
<u>12. Artesanías La Beraca</u> .....	20
<u>13. Eco Artesanías Pura Vida</u> .....	22
<u>14. Gastronomía</u> .....	23

<a href="#">15. Leyendas e historias.....</a>	25
<a href="#">16. Tradiciones y costumbres .....</a>	26
<a href="#">17. Actividades festivas.....</a>	27
<a href="#">INVENTARIO DE PLANTA TURÍSTICA.....</a>	29
<a href="#">1. Hotel San Ramón .....</a>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<a href="#">2. Posada del Bambú.....</a>	31
<a href="#">3. Centro Turístico Santuario de Mariposas Aguas Silvestres.....</a>	32
<a href="#">4. Bar Restaurante Rancho Escondido.....</a>	33
<a href="#">5. Bar Boruca.....</a>	34
<a href="#">6. Soda Lili.....</a>	35
<a href="#">7. Soda de doña Felicia Méndez .....</a>	36
<a href="#">INVENTARIO DE INFRAESTRUCTURA .....</a>	37
<a href="#">1. Acceso desde La Virgen hasta San Ramón.....</a>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<a href="#">2. Cocina Comunal.....</a>	40
<a href="#">3. Salón Comunal.....</a>	41
<a href="#">4. Acceso por San Miguel, Sarapiquí.....</a>	42
<a href="#">5. Acceso por El Roble, Sarapiquí .....</a>	43
<a href="#">6. Súper San Ramón (Supermercado de COOPROTURS R.L.) .....</a>	44
<a href="#">7. Abastecedor La Esquina .....</a>	45
<a href="#">8. Redondel.....</a>	46
<a href="#">9. Electricidad.....</a>	47



<a href="#">10. Agua/Acueducto</a> .....	48
<a href="#">11. Telefonía fija y móvil</a> .....	49
<a href="#">12. Internet</a> .....	50
<a href="#">13. Televisión por cable</a> .....	51
<a href="#">14. Plaza pública</a> .....	52
<a href="#">15. Plaza Municipal</a> .....	53
<a href="#">16. Cancha Sintética Municipal</a> .....	54
<a href="#">17. Servicio de Salud</a> .....	55
<a href="#">18. Servicio de Transporte</a> .....	56
<a href="#">19. Súper Talamanca</a> .....	57
<a href="#">20. Puentes</a> .....	58
<a href="#">21. Bazar la Bendición</a> .....	59
<a href="#">INVENTARIO DE SUPRAESTRUCTURA TURÍSTICA</a> .....	60
<a href="#">1. SINAC</a> .....	61
<a href="#">2. Universidad Nacional (UNA)</a> .....	61
<a href="#">3. Tecnológico de Costa Rica (TEC)</a> .....	61
<a href="#">4. Municipalidad</a> .....	61
<a href="#">5. Instituto Nacional de Fomento Cooperativo (INFOCOOP)</a> .....	62
<a href="#">6. INDER</a> .....	62
<a href="#">7. Asociación de Desarrollo Integral de San Ramón</a> .....	62
<a href="#">8. Comité de caminos</a> .....	63

<u>9. Comité de salud</u> .....	63
<u>10. INA</u> .....	63
<u>11. Programa tejiendo desarrollo (Enlace entre Ministerio de la Presidencia y Despacho de la Primera Dama, Ministerio de Planificación y Política Económica (MIDEPLAN), Instituto de Desarrollo Rural (INDER), Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM) y Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad (DINADECO))</u> .....	63
<u>12. ASADA</u> .....	64
<u>13. Comité de crédito</u> .....	64
<u>14. Comité de deportes</u> .....	64
<u>Bibliografía</u> .....	66

## Descripción de la Comunidad

Fue a inicio de los 50 cuando se empezó a escribir la historia de lo que actualmente se llama San Ramón, este pueblo era una colonia que se encontraba en abandono, según contaron los primeros habitantes, las tierras pertenecían a personas de la capital algunos fueron expulsados por sus dueños otros contaron con la suerte de poder comprar un derecho de tierra y fue así como se mantuvieron en este pueblo. (Asociación de Desarrollo Integral de San Ramón de la Virgen, Sarapiquí, S.f. , pág. 4).

Es importante resaltar que esta comunidad se caracteriza por su calor humano, autenticidad, recursos naturales de gran belleza, y un gran sentido de pertenencia de sus pobladores, así como su participación activa y constante en todas las actividades de la localidad. La comunidad de San Ramón de Sarapiquí cuenta con múltiples recursos tangibles e intangibles que permiten a futuro el posible desarrollo de la actividad turística, a continuación se evidencia por medio de un Inventario de Patrimonio Turístico.


# INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS


## OBSERVACIONES

Se presentan 17 atractivos de los cuales sólo uno presenta jerarquía 3 (Parque Nacional Braulio Carrillo, Sector El Ceibo). En cuanto a la categorización: 5 fichas corresponden a sitios naturales, 8 a realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas, 7 corresponden a folklore y una ficha a acontecimientos programados.


NOTA: Con respecto a las realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas y a folklore existen 4 fichas que poseen 2 categorías, por ello al sumar la cantidad de fichas por categoría el resultado es 21 y no 17.


Nº DE FICHA	Nombre del Establecimiento					
CATEGORÍA A	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA A	Coordenadas		
				Latitud	Longitud	MSNM
Propietario						
Ced. del Propietario						Ced. Jurídica
Ubicación						
Descripción y Características						
FOTOGRAFÍA			Vías de acceso			
			Estado			
			1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( )			
		OBSERVACIONES				



Nº DE FICHA	2	Nombre del Recurso	2. Finca de don Bernal Corrales			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas		
Sitios Naturales	Lugares para observación de flora y fauna	-	2	Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Bernal Corrales			10°33'41"	084°09'13,9"	421
Ubicación	6 km del centro de San Ramón camino al Parque Nacional Braulio Carrillo, sector El Ceibo.					
Descripción y Características	Son 105 hectáreas de terreno de las cuales sólo 35has son usadas para la producción de leche y queso. El resto está en conservación con gran belleza escénica, potencial para observación de flora y fauna, alrededor de 4 caídas de agua. Posee dos casas de madera en estado regular. Acceso a luz eléctrica y agua potable.					
	Vías de acceso					
	6km de lastre y topografía compleja, sin embargo no posee hoyos y un poco de señalización. Carro 4x4 preferiblemente.					
	Estado					
	1 ( )    2 ( )    3 (X)    4 ( )    5 ( )					
	OBSERVACIONES					
	Produce de 8 a 10kg de queso diarios los cuales vende en La Virgen y San Ramón, Sarapiquí. Cuenta con 8 vacas dedicadas a la leche y 25 a la carne.					


Nº DE FICHA	3	Nombre del Recurso	3. Plantación de Pimienta Orgánica			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas		
Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones agropecuarias	-	2	Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Roxinia Brenes Román			10°34'02,7"	084°11'48,7"	439
Ubicación	2km este de la plaza de San Ramón.					
Descripción y Características	Un terreno de casi 5 hectáreas, en las cuales casi 1 hectárea se está comenzando a cultivar pimienta orgánica. Necesita ayuda para adquirir 800 postes y 800 plantas más, sumando insumos para un año, los cuales pueden ser recibidos por el INDER.					
	Vías de acceso					
	2km de lastre y topografía compleja, sin embargo no posee hoyos y un poco de señalización. Carro 4x4 preferiblemente.					
	Estado					
	1 ( )    2 ( )    3 (X)    4 ( )    5 ( )					
	OBSERVACIONES					
Existe potencial para un tour de pimienta cuando la producción ya esté en cosecha.						





Nº DE FICHA	4	Nombre del Recurso	4. Plantación de Stevia Orgánica			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas		
Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones agropecuarias	-	2	Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Ligia Gómez Román			10°34'31,6"	084°13'05,8"	405
Ubicación	De la Escuela de San Ramón, 200 metros sur hacia Colonia Carvajal.					
Descripción y Características	Área de 800m <sup>2</sup> de stevia orgánica, con una cosecha de 10 a 15kg de stevia por mes. Vende el producto a macrobióticas. Aprende de manera empírica a experimentar y mejorar su producción.					
	Vías de acceso					
	Cualquier vehículo puede ingresar con facilidad.					
	Estado					
	1 ( )    2 ( )    3 ( )    4 (X)    5 ( )					
	OBSERVACIONES					
	Desea y existe potencial para un tour de stevia donde se muestre el proceso desde el cultivo hasta el secado y degustación del producto.					

Nº DE FICHA	5	Nombre del Recurso	5. Finca Integral de Familia Gómez Cascante			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas		
Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones agropecuarias	-	2	Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Familia Gómez Cascante			10°34'05,5"	084°11'70,9"	403
Ubicación	6km este de la Iglesia de San Ramón, camino al Santuario de Mariposas, tercera entrada mano izquierda.					
Descripción y Características	La finca de 15 hectáreas posee: tilapera de 5 estanques, lechería con 18 vacas, mini porqueriza, con 17 cerdos, sembradíos de banano, yuca y tiquizque así como gallinas ponedoras y codornices. Posee un biodigestor para abastecer la casa de gas para cocinar.					
	Vías de acceso					
	6km de lastre y topografía compleja, sin embargo no posee hoyos y un poco de señalización. Carro 4x4 preferiblemente.					
	Estado					
	1 ( )    2 ( )    3 (X)    4 ( )    5 ( )					
	OBSERVACIONES					
Todavía falta mejorar para ser una finca integral en todo el concepto técnico, sin embargo esa es la idea y va bien enrumbada.						

Nº DE FICHA	6	Nombre del Recurso	6. Finca de Familia Mena Brenes				
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas			
Sitios naturales	Lugares de observación de flora y fauna	-	2	Latitud	Longitud	MSNM	
Propietario (a)	Juan Rafael Mena Rojas y Rosmy Brenes Varela			10°35'27,5"	084°12'18,7"	354	
Ubicación	2km este y 1km norte del templo católico de San Ramón (Entrada de Platanilla)						
Descripción y Características	El lugar tiene una posada rural llamada el Bambú que no está en funcionamiento, posee tres habitaciones de madera y bambú, una cocina artesanal, el terreno en total son 20 hectáreas, 50% potrero y 50% bosque con potencial para observación de flora y fauna.						
			Vías de acceso				
			Casi la totalidad del recorrido está en nivel 3, sin embargo un kilómetro están a nivel 1 debido a camino de tierra angosto sin señalización, y sólo carro 4x4 puede ingresar.				
			Estado				
			1 ( )	2 ( )	3 (X)	4 ( )	5 ( )
			OBSERVACIONES				
En el área de potrero se manejan 10 cabezas de ganado, y necesita apoyo en el diseño y construcción de senderos.							

Nº DE FICHA	7	Nombre del Recurso	7. Zoo criadero de Tepezcuintes y Finca Integral			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas		
Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones agropecuarias	-	2	Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Joel Mena Porras			10°34'03,1"	084°11'30,9"	442
Ubicación	2km este de la plaza de San Ramón, camino al sector El Ceibo.					
Descripción y Características	Tiene una lechería portátil, posee 6 vacas lecheras, produce queso, cerdos, siembra de pastos y quiere producir biogás con cerdaza. En cuanto al criadero de tepezcuintes es únicamente con propósito de conservación, el lugar alberga 25 tepezcuintes.					
	Vías de acceso					
	2km de lastre y topografía compleja, sin embargo no posee hoyos y un poco de señalización. Carro 4x4 preferiblemente.					
	Estado					
	1 ( )   2 ( )   3 (X)   4 ( )   5 ( )					
	OBSERVACIONES					
Las instalaciones del zoo criadero podrían mejorar con el fin de ser un atractivo de mayor calidad para los visitantes, aprovechando la característica que es para conservación.						

Nº DE FICHA	8	Nombre del Recurso	8. Centro Turístico Santuario de Mariposas Aguas Silvestres				
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas			
Sitios naturales	Lugares de observación de flora y fauna	-	2	Latitud	Longitud	MSNM	
Propietario (a)	Edgar Corrales			10°34'15,6"	084°09'22,4"	417	
Ubicación	6km este de la Iglesia de San Ramón, en la intersección hacia la izquierda.						
Descripción y Características	Un mariposario con 6 especies de mariposas. Hospedaje con una cabaña para 6 personas, un pequeño sitio de alimentación donde él mismo cocina o contrata a alguna señora para ello. Área de 28 hectáreas protegidas con pago por servicios ambientales los cuales sirven de corredor biológico hacia la estación El Ceibo, ahí posee un sendero hacia una caída de agua del río Bijagual.						
			Vías de acceso				
			2km de lastre y topografía compleja, sin embargo no posee hoyos y un poco de señalización. Carro 4x4 preferiblemente.				
			Estado				
			1 ( )	2 ( )	3 (X)	4 ( )	5 ( )
			OBSERVACIONES				
Instalaciones del mariposario pueden mejorarse para que sea un poco más rústico pero estéticamente más agradable.							


Nº DE FICHA	9	Nombre del Recurso	9. Ríos de San Ramón			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas		
Sitios naturales	Lagos, lagunas y esteros	a. Ríos b. Caídas de agua	2	Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Comunidad de San Ramón, Sarapiquí.			-	-	-
Ubicación	San Ramón, Sarapiquí					
Descripción y Características	Pertenece a la cuenca del Río Sarapiquí. Poseen gran belleza escénica, son cuidados por los pobladores por ello presentan gran limpieza, presentan cada uno caídas de agua con gran belleza escénica, potencial para observación de aves acuáticas y balnearios naturales de agua fría.					
			Vías de acceso			
			Calles de lastre y topografía compleja, sin embargo no posee hoyos y poca de señalización. Carro 4x4 preferiblemente.			
			Estado			
			1 ( )	2 ( )	3 (X)	4 ( )
			OBSERVACIONES			
			Ríos y quebradas presentes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pozo Azul</li> <li>• San Ramoncito</li> <li>• San Ramón</li> <li>• Bijagual</li> <li>• Peje</li> <li>• Quebrada Román</li> <li>• Quebrada Roque</li> </ul>			

Nº DE FICHA	10	Nombre del Recurso	10. Artesanías Sueño Real					
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas			
a. Realizaciones técnicas, científicas artísticas contemporáneas b. Folklore	o	a. Obras de arte y técnica b. Artesanía y artes	a. Artesanía b. Maderas	2	Latitud	Longitud	MSNM	
Propietario (a)	Wagner Duarte Hernández y Dehilyn Duarte Gómez			10°43'16"	084°11'08"	426		
Ubicación	3km este de la iglesia de San Ramón.							
Descripción y Características	Surgen en el 2015, utiliza sobros de madera como galletas o tablas, maderas como: cedro amargo, botarrama, melina, alma negra. Herramientas como taladro, caladora, lijadora, cepilladora y mototool.							
				Vías de acceso				
				3km de lastre y topografía compleja, sin embargo no posee hoyos y un poco de señalización. Carro 4x4 preferiblemente.				
				Estado				
				1 ( )	2 ( )	3 (X)	4 ( )	5 ( )
				OBSERVACIONES				




Planean usar bambú y semillas. Los precios oscilan entre ¢5.000 por las galletas, ¢9.000 por las aves y hasta por un caballito de madera ¢30.000. Piensan que su distinción es pintar escenas cotidianas y lugares del mismo pueblo.



Nº DE FICHA	11	Nombre del Recurso	11. Artesanías de doña Roxinia.			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas		
a. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas b. Folklore	a. Obras de arte y técnica b. Artesanía y artes	a. Artesanía b. Pinturas	2	Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Roxania Calderón Gonzáles			10°34'86,4'	084°13'32,3"	390
Ubicación	Del Súper San Ramón, 100 metros norte, 25 oeste y 100 norte.					
Descripción y Características	Compra figuras con barro y las pinta, luego las vende pintadas. Los precios oscilan entre					
	Vías de acceso					
	Cualquier vehículo accesa con facilidad.					
	Estado					
	1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 (X) 5 ( )					
	OBSERVACIONES					
	Vende en Vara Blanca y coronado. Ella ha recibido cursos de pintura.					

Nº DE FICHA	12	Nombre del Recurso	12. Artesanías La Beraca				
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas			
a. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas b. Folklore	a. Obras de arte y técnica b. Artesanías y artes	a. Artesanía b. Tejidos e indumentaria	2	Latitud	Longitud	MSNM	
Propietario (a)	Roxinia Brenes Román			10°34'02,7'	084°11'48,7'	439	
Ubicación	2km este de la plaza de San Ramón.						
Descripción y Características	Realiza bisutería, jarrones, figuras para la pared. Los precios oscilan entre: ₡1500 hasta ₡40.000 por ejemplo los tres jarrones. Mucha de la artesanía es de material reciclable, como cartón,						
			Vías de acceso				
			2km de lastre y topografía compleja, sin embargo no posee hoyos y un poco de señalización. Carro 4x4 preferiblemente.				
			Estado				
			1 ( )	2 ( )	3 (X)	4 ( )	5 ( )
			OBSERVACIONES				




Nº DE FICHA	13	Nombre del Recurso	13. Eco Artesanías Pura Vida				
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas		
a. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas b. Folklore		a. Obras de arte y técnica b. Artesanía y artes	a. Artesanía b. Tejidos e indumentaria	2			
					Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Silvia Solís Mora						
Ubicación	300 metros norte de la Escuela de San Ramón.						
Descripción y Características	Artesanía con material reciclable como latas, tetrabrik, cartón y madera aparte de ello decora con pintura.						
	Vías de acceso						
	Cualquier vehículo accesa fácilmente.						
	Estado						
	1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 (X) 5 ( )						
	OBSERVACIONES						
	Pretende tener un local para que se muestre y se vendan dichas artesanías. Los precios varían desde ₡2000 ollas, a ₡3000 galletas e madera pintadas.						

Nº DE FICHA	14	Nombre del Recurso	14. Gastronomía				
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas			
Folklore	Comidas y bebidas típicas	-	2	Latitud	Longitud	MSNM	
Propietario (a)	Pobladores y pobladoras de San Ramón, Sarapiquí			-	-	-	
Ubicación	San Ramón, Sarapiquí						
Descripción y Características	Caracterizada por la cocina a la leña, en fogón, comidas de turno, queso en forma de cilindro, excelente sabor.						
			Vías de acceso				
			-				
			Estado				
			1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
			OBSERVACIONES				
Comidas típicas de San Ramón, Sarapiquí: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamales</li> <li>• Picadillo de papaya</li> <li>• Sopa de Mondongo</li> <li>• Picadillo de Palo de Papaya</li> <li>• Arroz con Leche</li> <li>• Chicharrones</li> <li>• Lomo Relleno</li> <li>• Tamal Mudo</li> <li>• Cajeta de Coco</li> <li>• Cajeta de Leche Pinito</li> <li>• Pan Casero</li> </ul>							

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Arepas</li><li>• Gallos de Queso</li><li>• Tortillas Casera</li></ul> <p>Bebidas típicas de San Ramón</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Caballo Loco (Bebida Alcohólica)</li><li>• Agua dulce</li><li>• Jugo de caña</li><li>• Café</li></ul>
--	---

Nº DE FICHA	15	Nombre del Recurso	15. Leyendas e historias			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas		
Folklore	Manifestaciones religiosas, creencias populares	-	2	Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Pobladores y pobladoras de San Ramón, Sarapiquí			-	-	-
Ubicación	San Ramón, Sarapiquí					
Descripción y Características	Son historias propias de la comunidad, donde resalta la autenticidad de los pobladores, los costarriqueñismos y la cultura de los mismos.					
				Vías de acceso		
				-		
				Estado		
				1 ( )	2 ( )	3 ( )
				4 ( )	5 ( )	
				OBSERVACIONES		
				Las historias y leyendas de San Ramón, Sarapiquí: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La leyenda del naipe</li> <li>• El montador de toros</li> <li>• Historia de la macha</li> <li>• La segura de abuelo pio</li> <li>• La asamblea</li> <li>• La historia de puente</li> </ul>		

Nº DE FICHA	16	Nombre del Recurso	16. Tradiciones y costumbres				
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas			
Folklore	Manifestaciones religiosas, creencias populares	-	2	Latitud	Longitud	MSNM	
Propietario (a)	Pobladores y pobladoras de San Ramón, Sarapiquí			-	-	-	
Ubicación	San Ramón, Sarapiquí						
Descripción y Características	Normas y comportamientos habituales de la comunidad, heredables y que todos sus pobladores conocen, demuestran sus afinidades y autenticidad.						
			Vías de acceso				
			-				
			Estado				
			1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
			OBSERVACIONES				
			Tradiciones y costumbres de la comunidad: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Semana cultural</li> <li>• Día de San Ramón</li> <li>• Rezos del niño</li> <li>• Mes de la virgen del amor (mayo)</li> <li>• Tamales en diciembre</li> <li>• Turnos</li> <li>• Partidos de futbol</li> <li>• Cena de fin de año</li> <li>• Cena de Navidad</li> <li>• Corridas de toro</li> </ul>				



Nº DE FICHA	17	Nombre del Recurso	17. Actividades festivas				
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas			
Acontecimientos programados	a. Artísticos b. Deportivos c. Otros	a. Música b. Fiestas religiosas y profanas c. Corridas de toros d. Ferias y exposiciones e. Gastronomía f. Rodeos	2	Latitud	Longitud	MSNM	
Propietario (a)	Pobladores y pobladoras de San Ramón, Sarapiquí		-	-	-		
Ubicación	San Ramón, Sarapiquí						
Descripción y Características	Actividades que se realizan en la comunidad que dan identidad y promueven la práctica de su cultura para compartirla. La unión y organización para realizarlas es su sello personal.						
			Vías de acceso				
			-				
			Estado				
			1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )
			OBSERVACIONES				



Actividades de la comunidad:


- Día de San Ramón
- Día de parques Nacionales
- Semana cultural
- Campeonato de futbol
- Campeonato de rodeo
- Corridas de toros
- Cabalgatas
- Karaoke
- Bailes típicos
- Rally
- Celebración de la santa misa
- Procesoión del viernes santo
- Antorchas y faroles


# INVENTARIO DE PLANTA TURÍSTICA

## OBSERVACIONES


Se identificaron 7 establecimientos de planta turística de los cuales 3 corresponden a alojamiento y 4 a alimentación. En relación con la categoría de alojamiento se estima que actualmente, se pueden atender al mismo tiempo a 38 visitantes en la comunidad.

Nº DE FICHA		Nombre del Establecimiento				
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA			Coordenadas
				Latitud	Longitud	MSNM
Propietario						
Ced. del Propietario		Ced. Jurídica				
Ubicación						
Descripción y Características						
FOTOGRAFÍA	Vías de acceso					
	Estado					
	1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( )					
	OBSERVACIONES					


Nº DE FICHA	2	Nombre del Establecimiento	2. Posada del Bambú		
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Coordenadas		
Alojamiento	Extrahotelero	Viviendas en alquiler en casas y cabañas	Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Juan Rafael Mena Rojas y Rosmy Brenes Varela		10°35'27,5"	084°12'18,7"	354
Ced. del Propietario (a)	-	Ced. Jurídica	-		
Ubicación	2km este y 1km norte del templo católico de San Ramón (Entrada de Platanilla)				
Descripción y Características	No está en funcionamiento, posee tres habitaciones de madera y bambú, una cocina artesanal, el terreno en total son 20 hectáreas, 50% potrero y 50% bosque con potencial para observación de flora y fauna. Dos cuartos con cama doble. (4 pax)				
			Vías de acceso		
			Casi la totalidad del recorrido está en nivel 3, sin embargo un kilómetro están a nivel 1.		
			Estado		
			1 ( )    2 ( )    3 (X)    4 ( )    5 ( )		
			OBSERVACIONES		
			En el área de potrero se manejan 10 cabezas de ganado, y necesita apoyo en el diseño y construcción de senderos.		


Nº DE FICHA	3	Nombre del Establecimiento	3. Centro Turístico Santuario de Mariposas Aguas Silvestres		
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Coordenadas		
Alojamiento	Extrahotelero	Viviendas en alquiler en casas y cabañas	Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Edgar Corrales Araya		10°34'15,6"	084°09'22,4"	421
Ced. del Propietario (a)	-	Ced. Jurídica	3-101-318052		
Ubicación	6km este del templo católico de San Ramón.				
Descripción y Características	Cabaña para seis personas, área de alimentación donde el dueño cocina para los visitantes, área de mariposario de 192m <sup>2</sup> con alrededor de 6 especies de mariposas y parche de bosque de 28 hectáreas, con mucho potencial, posee un sendero, una catarata.				
	Vías de acceso				
	6km de lastre y topografía compleja, sin embargo no posee hoyos y un poco de señalización. Carro 4x4				
	Estado				
	1 ( )    2 ( )    3 (X)    4 ( )    5 ( )				
	OBSERVACIONES				
Una vez al mes reciben turistas de agencia Culturica, y esporádicamente reciben turistas de Magsasay Lodge					

Nº DE FICHA	4	Nombre del Establecimiento	4. Bar Restaurante Rancho Escondido		
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Coordenadas		
Alimentación	Cafeterías y bares	-	Latitud	Longitud	MSNM
Propietario (a)	Ademar Salas		10°34'46,1"	084°13'29,7'	398
Ced. del Propietario (a)	-	Ced. Jurídica	-		
Ubicación	Costado oeste de la plaza de deportes de San Ramón, Sarapiquí.				
Descripción y Características	Servicio de alimentación, y licores, karaoke solo si los clientes tienen algún evento privado. 1 Baño con accesibilidad para personas con discapacidad y dos baños para ambos géneros por separado. Capacidad 60 personas sentadas.				
	Vías de acceso				
	Cualquier auto transita fácilmente, asfalto.				
	Estado				
	1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 (X) 5 ( )				
	OBSERVACIONES				
	Presta servicio de duchas para los jugadores de la cancha pública de San Ramón, la cual se encuentra al frente, ya que esta no tiene camerinos.				

Nº DE FICHA	5	Nombre del Establecimiento	5. Bar Boruca				
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Coordenadas				
Alimentación	Cafeterías y bares	-	Latitud	Longitud	MSNM		
Propietario (a)	Elí Arroyo Abarca		10°34'57,5"	084°13'25,8"	398		
Ced. del Propietario (a)	-	Ced. Jurídica	3-101-41995531				
Ubicación	Frente a plaza de deportes de San Ramón, Sarapiquí.						
Descripción y Características	Capacidad 60 personas sentadas, baños separados para ambos géneros asimismo uno accesible para personas con alguna discapacidad física.						
			Vías de acceso				
			Asfalto, cualquier vehículo accesa fácilmente.				
			Estado				
			1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 (X)	5 ( )
			OBSERVACIONES				
			Venta de licor y karaoke diarios, sin embargo no ofrecen servicio de alimentación.				



Nº DE FICHA	6	Nombre del Establecimiento	6. Soda Lili		
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Coordenadas	
Alimentación	-	-		Latitud	Longitud
Propietario (a)	Lidieth Álvarez Castro			10°34'59,9"	084°13'28,1"
Ced. del Propietario (a)	-		Ced. Jurídica	-	
Ubicación	Frente a plaza de deportes de San Ramón, Sarapiquí.				
Descripción y Características	La capacidad es para 16 personas sentadas, ofrecen comidas rápidas y casados, los precios oscilan de ₡700 a ₡3500. Sólo trabajan sábados de 8am a 11pm y domingos 7am-9pm.				
	Vías de acceso				
	Asfalto, cualquier vehículo accesa fácilmente.				
	Estado				
	1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 (X) 5 ( )				
	OBSERVACIONES				
	Alquilan a don Elí Arrollo Abarca y ellos se encargan de pagar impuestos y contabilidad, doña Lidieth sólo paga una mensualidad.				

Nº DE FICHA	7	Nombre del Establecimiento	7. Soda de doña Felicia Méndez		
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Coordenadas	
Alimentación	-	-		Latitud	Longitud
Propietario (a)	Doña Felicia Méndez y Jose Cascante Román			10°34'59,9"	084°13'28,1"
Ced. del Propietario (a)	4-0125-0394		Ced. Jurídica	-	
Ubicación	100 metros norte del Super San Ramón.				
Descripción y Características	La soda presenta un área de 7m por 6m, donde piensan dar servicio de alimentación está en proceso de mejora. Todavía no presenta datos de capacidad instalada.				
	Vías de acceso				
	Asfalto, cualquier vehículo accesa fácilmente.				
	Estado				
	1 ( )    2 ( )    3 ( )    4 (X)    5 ( )				
	OBSERVACIONES				
	Doña Felicia ya vende pollos, pan, tamales, y por encargo.				


# INVENTARIO DE INFRAESTRUCTURA


## OBSERVACIONES


Se registraron 21 fichas con la siguiente distribución en cuanto a categorización: 3 fichas relativas a transporte, 2 correspondientes a comunicaciones y finalmente sin categoría se presentan 16 fichas. Esto indica que en la metodología de Fabio Cárdenas Tabares utilizada para inventariar la infraestructura existe la necesidad de generar nuevas categorías, tipos y subtipos para los servicios que no se han tomado en cuenta.

Nº DE FICHA		Nombre de infraestructura				
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA	Coordenadas		
				Latitud	Longitud	MSNM
Propietario						
Ubicación						
Descripción y Características						
FOTOGRAFÍA				OBSERVACIONES		




Nº DE FICHA	2	Nombre de Infraestructura	2. Cocina Comunal				
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
-	-	-	-	4	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Asociación de Desarrollo de San Ramón			10°34'52,3"	084°13'16,3"	415	
Ubicación	Centro de San Ramón, junto al Salón Comunal.						
Descripción y Características	Comida de turno, cocina de leña tradicional, se utiliza para las actividades comunales, tiene una zona de comedor con capacidad para 50 personas sentadas, se construyó en 1985 y ha estado en constante mejoría.						
				OBSERVACIONES			
				En un domingo de fiestas de agosto se ha preparado comida para hasta para 1000 personas aproximadamente.			

Nº DE FICHA	3	Nombre de Infraestructura	3. Salón Comunal				
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
-	-	-	-	4	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Asociación de Desarrollo de San Ramón			10°34'54,6"	084°13'15,92"	415	
Ubicación	Centro de San Ramón, a un costado de la Iglesia Católica.						
Descripción y Características	3 Baños para hombres y 3 para mujeres por separado. Todo el salón mide 660 m².						
				<b>OBSERVACIONES</b>			
				Se utiliza para reuniones, actividades comunales, capacitaciones, actividades deportivas, eventos especiales.			

Nº DE FICHA	4	Nombre de Infraestructura	4. Acceso por San Miguel, Sarapiquí			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
Transporte	Terrestre	Vial	1	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Municipalidad de La Virgen			10°31'89,9"	084°17'97,1"	481
Ubicación	600 metros de la Gasolinera de San Miguel camino a La Virgen, Sarapiquí, entrada mano derecha, punto de referencia cementerio local.					
Descripción y Características	10.1 Km desde la entrada en San Miguel, con 4.4 Km de pavimento hasta Colonia Carvajal, de ahí en adelante es de lastre. Durante todo el recorrido presenta belleza escénica sin embargo el camino es muy angosto y se encuentra en muy mal estado.					
				OBSERVACIONES		
				Presenta dos puentes, uno sobre el río Sarapiquí y otro sobre el río Volcán.		





Nº DE FICHA	5	Nombre de Infraestructura	5. Acceso por El Roble, Sarapiquí			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
Transporte	Terrestre	Vial	1	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Municipalidad de La Virgen			10°44'87.4"	084°09'55.6"	113
Ubicación	El Roble, a 7km de La Virgen de Sarapiquí, estrada a mano derecha, punto de referencia entrada frente a Súper y Licorera Dollar.					
Descripción y Características	Presenta topografía poco irregular, difícil acceso para autos sin doble tracción, son 21.2km desde la entrada de El Roble hasta el puesto El Ceibo. Existen partes únicamente con tierra, las cuales en invierno son inaccesibles.					
				<b>OBSERVACIONES</b>		
				Presenta durante el recorrido, muchas fincas en reforestación, se observan fincas con parcelas de pimienta, amplios parches de bosque, riachuelos.		

Nº DE FICHA	6	Nombre de Infraestructura	6. Súper San Ramón (Supermercado de COOPROTURS R.L.)			
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas	
-	-	-	-	4	Latitud	Longitud
Entidad o persona responsable de mantenimiento	COOPROTURS R.L.			10°34'67.5"	084°13'34.4"	MSNM 309
Ubicación	200m. norte de la Escuela de San Ramón.					
Descripción y Características	El propietario del terreno es Alexander Cascante Aguilar, son 250m <sup>2</sup> de construcción, posee 1 baño con acceso para personas con discapacidad. El inventario se mueve mensualmente.					
	<b>OBSERVACIONES</b>					
	Están en proceso de adquisición del terreno y del traspaso de la patente municipal ya que no están todavía a nombre de COOPROTURS R.L.					

Nº DE FICHA	7	Nombre de Infraestructura	7. Abastecedor La Esquina				
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
-	-	-		4	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Juan Rafael Mena Rojas (don Felo)			10°34'63.4"	084°13'29.5"	401	
Ubicación	Costado norte de la plaza de San Ramón.						
Descripción y Características	100m <sup>2</sup> de construcción, 1 único servicio sanitario sin acceso para personas con discapacidad. Mueven el inventario mensualmente. Tienen zona de ferretería y concentrados.						
				OBSERVACIONES			
				Tienen 3 años y 4 meses de funcionar. El local es alquilado a don Orlando Brenes, pagando mensualmente.			

Nº DE FICHA	8	Nombre de Infraestructura	8. Redondel				
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
-	-	-		4	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Asociación de Desarrollo de San Ramón			10°34'51,9"	084°13'11,5"	415	
Ubicación	Centro de San Ramón, 100m este de la escuela de San Ramón.						
Descripción y Características	Tiene 12 años de construido, con constantes remodelaciones y arreglos. Posee una parte de la estructura con perlin y otra parte con madera. La capacidad es de 450 personas.						
				OBSERVACIONES			
				Se usa alrededor de 8 veces al año, para las llamadas "terneradas". En caso de emergencia: Hay tres puertas de salida, hay frente a la cocina una zona asignada como punto de reunión. El redondel tiene marcadas en amarillo en las graderías, las áreas de acceso y desalojo.			

Nº DE FICHA	9	Nombre de Infraestructura	9. Electricidad			
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas	
-	-	-	-	-	Latitud	Longitud
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Coopelesca R.L.			-	-	-
Ubicación	-					
Descripción y Características	Los pagos se realizan en el supermercado de COOPROTURS R.L. Se electrifica la zona en 1986.					
				OBSERVACIONES		
				Sólo dos zonas no tienen electrificación: La Finca de la señora Dunia Torres, y hacia la propiedad de los hermanos Méndez.		


Nº DE FICHA	10	Nombre de Infraestructura	10. Agua/Acueducto			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
-	-	-	4	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	ASADA San Ramón			-	-	-
Ubicación	Oficina detrás de Salón Comunal en el centro de San Ramón.					
Descripción y Características	Atienden 400 previstas con un estimado de 2200 personas abastecidas. Abastecen no sólo San Ramón con sus nacientes sino: sector de Gavilanes de la Virgen, y alrededores del Colegio de la Virgen. Por el momento no cloran el agua, sin embargo el Ministerio de Salud ya les pide que deben clorarla como requisito para funcionamiento del acueducto.					
				OBSERVACIONES		
				<p>Desde 1974 se funda el acueducto, sin embargo como ASADA se constituyen hasta el 2004. Los respectivos pagos del servicio se realizan en la oficina de la Asada. Como retos y planes: Educar más a pobladores para la el uso responsables del recurso. Reforestar alrededores de la naciente con el fin de ayudar y evitar que en el futuro se seque.</p>		


Nº DE FICHA	11	Nombre de Infraestructura	11. Telefonía fija y móvil			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
Comunicaciones	Telefónicas	-	-	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Instituto Costarricense de Electricidad, Movistar.			-	-	-
Ubicación	-					
Descripción y Características	Hay recepción en todo San Ramón, y punto de recarga de Movistar y Kolbi. No hay antenas telefónicas en la comunidad. Existen teléfonos fijos hasta el río San Ramón y hasta las empacadoras de plantas ornamentales únicamente.					
				<b>OBSERVACIONES</b>		
				En el sector El Ceibo, sólo en la casa de los guardaparques se accede a telefonía móvil, y sólo Kolbi.		


Nº DE FICHA	12	Nombre de Infraestructura	12. Internet			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
Comunicaciones	-	-	-	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Instituto Costarricense de Electricidad, Movistar, Tigo			-	-	-
Ubicación	-					
Descripción y Características	No existe un servicio real de internet, a no ser por telefonía móvil. Es de muy mala calidad el existente.					
				<b>OBSERVACIONES</b>		
				Se pretende gestionar internet por medio de Myfii para la cooperativa, sin embargo no se asegura la cobertura y calidad del internet ya que la cobertura en el lugar es de muy mala calidad.		




Nº DE FICHA	13	Nombre de Infraestructura	13. Televisión por cable			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
-	-	-	-	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Tigo, Sky, Satelital, Qualy.			-	-	-
Ubicación	-					
Descripción y Características	Las empresas Tigo, Sky, Satelital y Qualy son las empresas que brindan este servicio.					
				OBSERVACIONES		


Nº DE FICHA	14	Nombre de Infraestructura	14. Plaza pública			
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas	
-		-	-	4	Latitud	Longitud
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Comité de deportes, Asociación de desarrollo integral de San Ramón.			10°34'61,2"	084°13'23,5"	MSNM
Ubicación	Centro de San Ramón					
Descripción y Características	Cuenta con dos marcos, poyos alrededor de dicha cancha, no cuenta con iluminación, el terreno se encuentra en muy buen estado. Posee 20 poyos alrededor.					
	<b>OBSERVACIONES</b>					
	Se pretende hacer un parque gimnástico con máquinas al aire libre para ejercitarse, una pequeña ciclo vía e parque, dejar un pequeño espacio para que los niños jueguen fútbol. Están en proceso de traspaso hacia la asociación de desarrollo integral de San Ramón.					

Nº DE FICHA	15	Nombre de Infraestructura	15. Plaza Municipal			
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas	
-		-	-	4	Latitud	Longitud
Entidad o persona responsable de mantenimiento		Comité de deportes, Asociación de desarrollo integral de San Ramón.		10°34'48"	084°13'11,8"	MSNM
Ubicación		Detrás de cancha sintética municipal, a un costado del redondel.				
Descripción y Características		Posee dos marcos en estado regular, la topografía es plana, no presenta iluminación ni gradería, presenta belleza escénica.				
				OBSERVACIONES		
				Se proyecta iluminar, hacer gradería y camerinos para los partidos de la comunidad, alquiler y otras actividades comunales.		

Nº DE FICHA	16	Nombre de Infraestructura	16. Cancha Sintética Municipal			
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas	
-		-	-	4	Latitud	Longitud
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Comité de deportes, Asociación de desarrollo integral de San Ramón, Sarapiquí.			10°34'49,6"	084°13'14,1"	MSNM
Ubicación	A un costado del redondel.					
Descripción y Características	Presenta: gramilla, marcos con red, iluminación en muy buen estado, no tiene gradería ni camerino. La cancha está hecha para jugar 12 jugadores.					
				<b>OBSERVACIONES</b>		
				Esta genera recursos para el comité de deportes y la Asociación de Desarrollo integral de San Ramón, Sarapiquí.		


Nº DE FICHA	17	Nombre de Infraestructura	17. Servicio de Salud			
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas	
-		-	-	4	Latitud	Longitud
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Comité de Salud					
Ubicación	Costado norte de la Escuela de San Ramón, Sarapiquí.					
Descripción y Características	No hay un servicio diario, los martes de cada semana un doctor o doctora viene a dar consulta.					
				<b>OBSERVACIONES</b>		
				Antes se abastecían de medicina ahí mismo, sin embargo ahora deben retirar medicamentos en La Virgen con el fin de evitar que se le entreguen medicamentos a personas sin seguro médico.		

Nº DE FICHA	18	Nombre de Infraestructura	18. Servicio de Transporte			
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas	
-		-	-	4	Latitud	Longitud
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Grupo Caribeños, Víctor Román, MEP			-	-	-
Ubicación	Puerto Viejo – San Ramón, Sarapiquí					
Descripción y Características	Empresa de caribeños, servicio faltando 10 minutos para las 6:00am sale hacia puerto viejo, 12:00md vuelve a San Ramón a la 1pm sale de nuevo hacia puerto viejo y a las 5pm llega a San Ramón por última vez hasta el día siguiente. El bus cobra ₡1200 a Puerto Viejo y ₡990 a La Virgen.					
				OBSERVACIONES		
				Los estudiantes del colegio tienen una beca de parte del MEP que les permite viajar a las 6:00 am hacia el colegio y 4:00 pm de vuelta a San Ramón.		

Nº DE FICHA	19	Nombre de Infraestructura	19. Súper Talamanca			
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas	
-		-	-	4	Latitud	Longitud
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Naún Arroyo Abarca (Sociedad Anónima) cédula jurídica: 3-101-41995531			10°34'58,3"	084°13'26,8"	MSNM 398
Ubicación	Frente a plaza de deportes de San Ramón.					
Descripción y Características	180m <sup>2</sup> de construcción, 1 baño con accesibilidad para personas con discapacidad, mueven inventario cada 2 meses.					
				OBSERVACIONES		
				No venden licores.		

Nº DE FICHA	20	Nombre de Infraestructura	20. Puentes			
CATEGORÍA	Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
-	-	-	-	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Municipalidad, comité de caminos de San Ramón.			-	-	-
Ubicación	A lo largo de los 3 accesos y caminos de la comunidad.					
Descripción y Características	Puentes en su mayoría de troncos grandes de madera, firmes, y artesanales, los cuales se encuentran en estado regular.					
			<b>OBSERVACIONES</b>			
			Puentes sobre los ríos y quebradas: Roque, Sarapiquí, San Ramón, San Ramoncito, Peje, Tirimbina y Bijagual, Román, Guacalillo, Plana, Leones.			



Nº DE FICHA	21	Nombre de Infraestructura	21. Bazar la Bendición				
CATEGORÍA		Tipo	Subtipo	Accesos	Coordenadas		
-		-	-	4	Latitud	Longitud	MSNM
Entidad o persona responsable de mantenimiento	Rosaura Mora Alfaro			10°34'69,9"	084°13'39"	406	
Ubicación	150 metros norte de la plaza de deportes de San Ramón, Sarapiquí.						
Descripción y Características	Tiene 5 años de operar, se vende desde bisutería hasta artículos de oficina, permisos al día.						
				OBSERVACIONES			
				Piensan agrandar y mejorar estanterías, así como variar los productos existentes.			

# INVENTARIO DE SUPRAESTRUCTURA TURÍSTICA

## OBSERVACIONES

En cuanto a la presencia institucional se rescatan 14 entidades que han tenido y tienen influencia en la comunidad, tanto a nivel organizativo comunal como apoyo estatal y externo. Esto muestra que para el desarrollo de la actividad turística existe la posibilidad de invertir recursos en la comunidad, enfocados en la capacitación del talento humano, recursos económicos para el desarrollo de los emprendimientos identificados y la protección de los recursos naturales presentes en San Ramón, Sarapiquí.

INSTITUCIÓN	AÑO DE ACERCAMIENTO	ACCIONES REALIZADAS
1. SINAC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1986 como Parque Nacional</li> <li>• 1996 como apoyo a la comunidad</li> </ul>	<p>Apoyo para el acceso de electrificación en la zona.  Apoyo para vías de acceso a la zona.  Apoyo en educación ambiental en la comunidad y lugares cercanos.  Apoyo en actividades socio-culturales de la comunidad, ejemplo: semana cultural a finales de agosto por conmemoración de San Ramón.  Promoción del desarrollo de turismo rural y ecológico en la comunidad.  Planes a futuro próximo: área de uso público para el Parque Nacional Braulio Carrillo (PNBC), área de capacitación para estudiantes y científicos en el PNBC, torre de observación de aves, sendero universal, expansión del PNBC a 10.000 has.</p>
2. Universidad Nacional (UNA)	2015	<p>Diagnóstico rural por medio de talleres y visitas de campo.  Actividades recreativas para perfiles de proyecto para el INDER.</p>
3. Tecnológico de Costa Rica (TEC)	2015	<p>Diagnóstico por medio de metodología del árbol de problemas.  Creación de fichas para ideas de proyecto en la comunidad.  Planeamiento de capacitación por medio de Especialista en Turismo Rural, a aplicar en mayo del 2016.</p>
4. Municipalidad	1970	<p>Asfaltado de camino desde el acceso por Pozo Azul hasta el centro de la comunidad.</p>

		<p>Aportes económicos para la construcción del centro comunal: redondel, salón, cancha sintética, cancha municipal.</p> <p>Colaboración con horas de maquinaria para puentes y caminos en la comunidad.</p>
5. Instituto Nacional de Fomento Cooperativo (INFOCOOP)	2015	<p>Asesoramiento en la creación grupo precooperativo.</p> <p>Asesoramiento durante la asamblea constitutiva.</p> <p>Se plantea para este año dar seguimiento al planean dar talleres sobre cooperativismo.</p>
6. INDER	finales 2014- y todo 2015	<p>Establecieron contactos con UNA y TEC, con el fin de hacer alianzas financiar, terreno y facilidades para los proyectos.</p> <p>Gestión económica articulada para ampliación y lastreo de camino hacia el puesto El Ceibo.</p> <p>Se está preparando y gestionando el perfil de proyecto para las personas que no tienen terreno para su actividad productiva.</p> <p>Ofrecen ayuda de recursos no reembolsables como vacas, materiales agropecuarios para comenzar proyectos o mejorar los existentes.</p> <p>Planean ejecutar crédito para aumentar inventario del súper.</p>
7. Asociación de Desarrollo Integral de San Ramón	1975	<p>Apoyo en la construcción y fondos para la Infraestructura comunal: redondel, canchas sintética y municipal, salón comunal, cocina comunal, así como su mantenimiento.</p> <p>Apoyo en la gestión y fondos para caminos comunales.</p> <p>Apoyar ayudas sobre necesidades de la comunidad por medio de cartas.</p>

8. Comité de caminos	En el 2013 se constituye como comité de caminos. Sin embargo desde hace ocho años se trabaja conjuntamente en ello.	Coordinación y ejecución de fondos para caminos y puentes comunales.
9. Comité de salud	1996	Programas de limpieza y puesto de salud., responsabilidad, luz y agua.
10. INA	2014	Capacitaciones a población en general en: Calidad de los servicios turísticos, diseño de un paquete turístico, Interpretación de senderos en turismo rural, cocina, prácticas de conservación de suelo, mantenimiento de bombas de mochila y motor, injerto de cultivos frutales y ornamentales, información turística, lepidópteras, ropa para dama nivel 1, producción y uso de forrajes, servicio al cliente en empresas turísticas, abonos orgánicos, viverista forestal, manipulación de alimentos.
11. Programa tejiendo desarrollo (Enlace entre Ministerio de la Presidencia y Despacho de la Primera Dama, Ministerio de Planificación y Política Económica (MIDEPLAN),	2015	Aprobó con papeles y recursos económicos el proyecto en articulación con la municipalidad para girar ampliamiento y lastreo del camino hacia el CEIBO.

<p>Instituto de Desarrollo Rural (INDER), Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM) y Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad (DINADECO))</p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>12. ASADA</li> </ul>	<p>1974 se funda acueducto y como asada se constituyen en 2004</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atienden 400 previstas con un estimado de 2200 personas abastecidas. Abastecen no sólo San Ramón con sus nacientes sino: sector de Gavilanes de la Virgen, y alrededores del Colegio de la Virgen.</li> <li>• Como retos y planes: Educar más a pobladores para la el uso responsables del recurso. Reforestar alrededores de la naciente con el fin de ayudar y evitar que en el futuro se seque y clorar agua por requerimientos del Ministerio de Salud.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>13. Comité de crédito</li> </ul>	<p>1991</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banco de la comunidad que por medio de Fundecoca comienza con un fondo de ¢1.050.000 al principio, y actualmente cuenta con ¢36.000.000 en dicho fondo. Éstos se utilizan para actividades productivas, y de bienestar social como: arreglo de viviendas, adquisición de electrodomésticos construcción de planta para actividades productivas, agropecuarias, entre otros.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>14. Comité de deportes</li> </ul>	<p>3 años formalmente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados de administrar las canchas y organizar partidos de fútbol recreativo, y campeonatos.</li> <li>• Realizan aportes económicos a la Asociación de Desarrollo de San Ramón por medio de la</li> </ul>

		recolección de dinero por la organización de dichas actividades.
--	--	--

## Bibliografía

- Viloria Cedeño, N. E. (2012). Desarrollo turístico y su relación con el transporte. *Gestión turística*, 23-36.
- Asociación de Desarrollo Integral de San Ramón de la Virgen, Sarapiquí. (S.f. ). Historia de San Ramón. *Un esfuerzo por recopilar la historia de San Ramón*, 1-21.
- Asociación Española de Stevia Rebaudiana. (S.f.). *Beneficios de la stevia*. Obtenido de Sitio web de la Asociación Española de Stevia Rebaudiana: <http://www.stevia-asociacion.com/index.php/beneficios>
- Barrantes Echavarría, R. (2014). *Investigación: un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo, cuantitativo o mixto*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Blázquez , J., Sarrión , J., Aycart, C., Hernández , A., & Jiménez, M. (2014). *Metodología específica para la creación de producto turístico en torno a vías verdes*. Unión Europea: Rutas Pangea y Fundación de los Ferrocarriles Españoles (FFE) Gerencia de Vías Verdes y Medio Ambiente.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Calvo Quirós, A., Rostrán Obando, M., & Fernández Mora, L. (2015). *Informe de gira 19 de noviembre*. Santa Clara, San Carlos.
- Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación. (09 de 11 de 2011). *Noticias*. Obtenido de Página web de la Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación: <http://www.camtic.org/nuestros-afiliados/software-libre-facilitara-labor-de-empresas-turisticas/>
- Cárdenas Tabares, F. (2006). *Proyectos Turísticos Localización e Inversión*. México: Trillas.
- Casado, A., & Sellers, R. (2006). *Dirección de Marketing: Teoría y Práctica*. España: Editorial Club Universitario.
- COOPROTURS R.L. (2015). *Reseña Histórica de la Cooperativa*. San Ramón, Heredia.



- Equipo Vértice. (2007). *Marketing Turístico*. España: Editorial Vértice.
- Estado de la Nación . (2004). *Undécimo informe sobre el estado de la nación en desarrollo humano sostenible*. Costa Rica.
- Fernández Ávila, V. (2006). *Diseño del Producto Turístico una Propuesta Metodológica*. Bogotá, Colombia.
- Gronroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid, España: Díaz de Santos S.A.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- ICT, PNUD . (2005). *Plan de Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario*.
- Instituto Costarricense de Turismo. (29 de 09 de 2012). *Leyes y reglamentos*. Obtenido de Sitio web del Instituto Costarricense de Turismo: <http://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislaci%C3%B3n-de-empresas/leyes-y-reglamentos/597-reglamento-de-los-guias-de-turismo/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (28 de 10 de 2014). *Leyes y Reglamentos*. Obtenido de Sitio web del Instituto Costarricense de Turismo: <http://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislaci%C3%B3n-de-empresas/leyes-y-reglamentos/598-reglamento-de-las-empresas-de-hospedaje-turistico/file.html>
- Instituto Nacional de Aprendizaje. (2002). *Generalidades del Turismo*. San José, Costa Rica.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). *Indicadores de población*. Obtenido de Sitio web: INEC: <http://datos.inec.go.cr/dashboards/5341/poblacion/>
- La Gaceta. (01 de octubre de 2009). *Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario*. Acosta.

La Nación. (17 de 09 de 2015). Los amantes de las aves "volarán" a Sarapiquí para celebrar su festival. *Periódico La Nación*

López Clemente, P. (19 de setiembre de 2006). *Biblioteca virtual*. Obtenido de Universidad de Salamanca: [http://sabus.usal.es/site%20med/descargas/Pedro\\_%20FI.pdf](http://sabus.usal.es/site%20med/descargas/Pedro_%20FI.pdf)

Machado Chaviano, E. (2013). Integración y diseño del producto turístico, aplicado a la región central del destino Cuba. *Geographos*, 69-92.

Machado Chaviano, E., & Hernández Aro, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Dialnet*, 161-174.

Maldonado , C., & Hernández, G. (2011). Guía para autogestión de calidad. Servicios Turísticos Comunitarios. Ecuador: Organización Internacional de Trabajo.

Morera, C. (2006). Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica. *Ambientico*, 4-8.

Organización Mundial de la Salud. (2000). *Temas de salud*. Obtenido de Sitio web de la Organización Mundial de la Salud : [http://www.who.int/topics/food\\_safety/es/](http://www.who.int/topics/food_safety/es/)

Organización Mundial del Turismo. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo. (21 de 12 de 2001). *Ética y responsabilidad social*. Obtenido de Sitio web de la Organización Mundial del Turismo: <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>

Quesada Castro, R. (2014). *Elementos de turismo. Teoría, clasificación y actividad*. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Quesada, R. (2010). *Elementos del Turismo Teoría, Clasificación y Actividad*. San José: EUNED.

Rivera Camino, J., & de Garcillán , M. (2007). *Dirección de Marketing: fundamentos y aplicaciones*. Madrid, España: ESIC.

- Rosales Posas, R. (2015). *La formulación y la evaluación de proyectos con énfasis en el sector agrícola*. San José: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia.
- Sancho Pérez, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo OMT WTO.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008 ). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y Formulación de Proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Silvestrini Ruiz , M., & Vargas Jorge , J. (enero de 2008). Obtenido de Universidad Interamericana de Puerto Rico : <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>
- Varisco, C., Castellucci, D., González , M., Muñoz, M., Padilla, N., Campoliete, L., & Benseny , G. (2014). El Relevamiento Turístico: de CICATUR a la planificación participativa. *VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*, (pág. 17). Neuquén, Argentina .

Figura 21: Diseño de producto turístico para COOPROTURS R.L.

Fuente: Elaboración propia.



# DISEÑO DE PRODUCTO

# TURÍSTICO

**COOPROTURS R.L.**

**San Ramón, Sarapiquí**

**2016**

**ANGELINE CALVO QUIRÓS**

## Contenido

<u>Descripción de la propuesta</u> .....	1
<u>1. Tour Operador Turístico</u> .....	4
<u>a. Propósito del servicio</u> .....	4
<u>b. Descripción del servicio</u> .....	4
<u>c. Características del servicio</u> .....	4
<u>d. Principios del servicio</u> .....	7
<u>2. Transporte</u> .....	10
<u>a. Propósito del servicio</u> .....	10
<u>b. Descripción del servicio</u> .....	10
<u>c. Características del servicio</u> .....	10
<u>d. Principios del servicio</u> .....	11
<u>3. Alimentación</u> .....	12
<u>a. Propósito del servicio</u> .....	12
<u>b. Descripción del servicio</u> .....	12
<u>c. Características del servicio</u> .....	12
<u>d. Principios del servicio</u> .....	13
<u>4. Hospedaje</u> .....	15
<u>a. Propósito del servicio</u> .....	15
<u>b. Descripción del servicio</u> .....	15
<u>c. Características del servicio</u> .....	16
<u>d. Principios del servicio</u> .....	17
<u>5. Guiado Turístico</u> .....	18
<u>a. Propósito del servicio</u> .....	18

b.	<a href="#">Descripción del servicio</a> .....	18
c.	<a href="#">Características del servicio</a> .....	18
d.	<a href="#">Principios del servicio</a> .....	19
6.	<a href="#">Tours de San Ramón, Sarapiquí</a> .....	20
a.	<a href="#">Propósito del servicio</a> .....	20
b.	<a href="#">Descripción del servicio</a> .....	20
c.	<a href="#">Características del servicio</a> .....	20
d.	<a href="#">Principios del servicio</a> .....	22
7.	<a href="#">Balneario Natural</a> .....	24
a.	<a href="#">Propósito del servicio</a> .....	24
b.	<a href="#">Descripción del servicio</a> .....	24
c.	<a href="#">Características del servicio</a> .....	24
d.	<a href="#">Principios del servicio</a> .....	24
8.	<a href="#">Suvenir</a> .....	25
a.	<a href="#">Propósito del servicio</a> .....	25
b.	<a href="#">Descripción del servicio</a> .....	25
c.	<a href="#">Características del servicio</a> .....	25
d.	<a href="#">Principios del servicio</a> .....	25
	<a href="#">Conclusiones</a> .....	26
	<a href="#">Bibliografía</a> .....	26

## Descripción de la propuesta

Este diseño de producto turístico se obtiene de dos etapas básicas:

1. La identificación de los recursos disponibles a nivel de atractivos, planta, infraestructura y supraestructura turística en San Ramón, Sarapiquí.

En esta fase se utiliza la metodología de inventario de patrimonio turístico de Fabio Cárdenas Tabares para registrar dicha información, dando como resultado principal: 18 atractivos turísticos, 7 fichas de planta turística, 21 fichas de infraestructura y 14 fichas de supraestructura identificadas. Esto permite observar que el atractivo principal de San Ramón, gira en torno al patrimonio natural de flora y fauna, específicamente en avifauna, lo cual evidencia que la producción y la cultura de la ruralidad convierten en aliados para complementar el principal atractivo identificado.

2. La selección y planteamiento de los atractivos y servicios que darán forma al diseño de producto turístico de COOPROTURS R.L.

A partir de la segunda fase del proyecto se realiza un taller de valoración de la oferta en el cual se identificaron según la prioridad para la comunidad 11 servicios con prioridad 1, lo que significa que consideran necesario comenzar a trabajar cuanto antes en la implementación de los siguientes servicios: tour operador turístico, transporte, alimentación, hospedaje, guiado turístico, tour de observación de aves, tour nocturno, tour de pimienta, tour de finca integrada, balneario natural y souvenir. En el caso del tour cultural, tour de stevia y tour de caídas de agua los pobladores expresan que la prioridad para ellos es 2, ya que no

es estrictamente necesario para los visitantes y puede esperar un tiempo para ponerse al servicio de los mismos.

Finalmente expresan después del análisis grupal, que la zona de camping puede apartarlos de la idea de turismo rural, por lo que deciden no brindar más información en la ficha. De esta forma también plantean un mariposario nocturno y un tour de anfibios y reptiles en dos de las fichas asignadas para nuevas ideas de servicio, sin embargo no brindaron más datos. Por todo esto estos tres servicios cuales no fueron tomados en cuenta para el diseño de producto turístico de COOPROTURS R.L.

Para luego de toda esta información filtrar, ordenar y priorizar el esquema general de la propuesta, que muestra ocho servicios necesarios para ofertar a los visitantes que ingresen a San Ramón, Sarapiquí, turismo rural. Esta consta de:

1. Tour Operador Turístico
2. Transporte
3. Alimentación
4. Hospedaje
5. Guiado Turístico
6. Tours de San Ramón, Sarapiquí
7. Balneario Natural
8. Suvenir

Cada servicio posee los siguientes elementos:

- a. Propósito del servicio: que indica la intención del servicio para la comunidad y para el visitante.
- b. Descripción del servicio: para ubicar al lector sobre la función de dicho servicio para el turista y para la comunidad.
- c. Características del servicio: explica las principales características que este servicio debe tener en una comunidad rural.



d. Principios del servicio: muestra cuales deben ser las actitudes de los participantes internos (asociados) y externos (visitantes), en el desarrollo de dicho servicio.

Lo cual permite abrir paso a nuevas líneas de trabajo en función de apoyar los emprendimientos e ideas de emprendimiento que áreas de trabajo que generen las herramientas necesarias en los asociados para empoderarse de los servicios que se pretenden ofrecer, así como encadenarlos productivamente a los de los demás asociados y pobladores de San Ramón Sarapiquí.

Nota aclaratoria: En el presente documento se precisa por motivo de simplicidad en la redacción del mismo los sustantivos empleados: pobladores, actores, propietarios, hacen referencia a ambos géneros, femenino y masculino.

## 1. Tour Operador Turístico

### a. Propósito del servicio

Crear alianzas comunales y empresariales para la organización receptiva de los visitantes que ingresen a San ramón, Sarapiquí.

### b. Descripción del servicio

El tour operador turístico pone a servicio de los visitantes la posibilidad que organice su viaje a un territorio específico con la única preocupación de revisar que se efectúe una transferencia económica por los servicios adquiridos, ya que desde la alimentación, pernoctación y servicios complementarios van dentro de los paquetes elegidos por el cliente. Éstos fomentan los encadenamientos productivos y facilitan la organización comunal.

### c. Características del servicio

- Segmento de mercado definido (¿a quiénes se les venderá el producto?), con el fin de identificar las técnicas de mercadeo necesarias para llamar la atención de este grupo de visitantes. Es necesario un estudio de mercado para identificar la demanda existente y con ello definir este segmento de mercado.

- Segmento de mercado:

La segmentación del mercado de los consumidores individuales también se realiza, generalmente, en función de variables geográficas, aunque tanto o más importante que éstas son las variables demográficas, que clasifican al consumidor según su edad, sexo, tamaño del grupo familiar, nivel ocupacional, profesión, religión, etcétera. No menos importante es la clasificación por nivel de ingreso (y su

distribución), complementado por los patrones de gasto (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Formulación de Proyectos, 2008, pág. 72).

- Demanda turística: “La demanda turística se define como el volumen total de productos turísticos que una determinada población está dispuesta a consumir, ya sea por necesidad o por deseo.” (Equipo Vértice, 2007, pág. 21)
- Estudio de mercado:  
Los objetivos particulares del estudio de mercado serán ratificar la posibilidad real de colocar el producto o servicio que elaboraría el proyecto en el mercado, conocer los canales de comercialización que usan o podrían usarse en la comercialización de ellos, determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer la composición, las características y la ubicación de los potenciales consumidores (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Formulación de Proyectos, 2008, pág. 63).
- Paquetes e itinerarios definidos, así como la flexibilidad de ofrecer paquetes personalizados al visitante que lo requiera o prefiera.
  - Paquete turístico: “Viaje todo incluido en el que se vende por un precio global un conjunto de servicios, comprende generalmente el transporte, el alojamiento y otros” (Instituto Nacional de Aprendizaje, 2002, pág. 12).
  - Itinerario: “Documento escrito o impreso que describe un recorrido determinado, con indicación de distancias, lugares de interés turístico, servicios por utilizar y el tiempo de recorrido” (Instituto Nacional de Aprendizaje, 2002, pág. 12)

- Marco de acción o zona de influencia delimitada tanto en el ámbito geográfico (territorio específico), como a nivel de emprendimientos encadenados productivamente al tour operador.
  - Zona de Influencia: "...se trata de los límites dentro de los cuales, para un proyecto específico, se deben estudiar los impactos" (Rosales Posas, 2015, pág. 210).
  - Encadenamiento productivo:  
El concepto de encadenamiento debe ser entendido como una relación de largo plazo que establecen unidades empresariales con el propósito de obtener beneficios conjuntos, de allí que el interés de las políticas públicas por promoverlos, debe sustentarse en los beneficios económico-sociales que se derivan y no en el encadenamiento per sé (Estado de la Nación , 2004, pág. 2).
  
- Intermediarios definidos con el fin de asegurar la oferta y por ende la demanda de los servicios turísticos que componen el producto turístico. (Llámesese intermediarios a otras empresas del sector turismo, tour operadores o agencias de viaje que ofrezcan el producto turístico de COOPROTURS R.L.)
  
- Comisiones, porcentajes y margen de distribución de ganancia de tours para cooperativa y pobladores deben estar bien establecidos para delimitar los beneficios económicos de cada parte involucrada (Pobladores, COOPROTURS R.L. e intermediarios).

- Personas a cargo del tour operador capacitadas en torno a la actividad turística y tour operación, con deseos constantes de actualización del conocimiento.
- La tecnología debe ser un aliado en torno a la tour operación, un software libre como Libre Tour, e insumos como: el internet, teléfonos móviles y potenciación de aplicaciones como WhatsApp, redes sociales como Facebook, Twitter, Snapchat, entre otros, pretenden facilitar la promoción del producto turístico a ofrecer y facilitar la operación de un tour operador local.
  - Libre Tour:  
Es una solución informática que busca fortalecer la productividad y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas turísticas de Costa Rica. Se trata de un sistema de gestión para operadoras turísticas que puede ajustarse a las necesidades de negocios de diferente tamaño (Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación, 2011).

#### **d. Principios del servicio**

- Constancia: esto fomenta que se trabaje por una marca posicionada en la mente de los visitantes.
- Honestidad: los encargados del servicio deben ser personas responsables que generen informes de rendición de cuentas periódicos para demostrar su honestidad.
- Compromiso con el encadenamiento productivo de la comunidad: se debe asegurar que los asociados de COOPROTURS R.L. tengan beneficios de la actividad turística para dinamizar la economía de San Ramón, Sarapiquí.
- Compromiso ambiental y de conservación: la comunidad se encuentra en un lugar de gran belleza escénica y natural con un

delicado equilibrio, el tour operador y los responsables de los emprendimientos que integran el encadenamiento productivo deben estar comprometidos con cuidar y garantizar la sostenibilidad ambiental del lugar, y promover en los visitantes las buenas prácticas del disfrute de los recursos que se ofrecen.

- Para brindar un valor ampliado al producto turístico de COOPROTURS R.L., se sugiere diseñar un distintivo único y llamativo de los servicios que integran la cooperativa como símbolo de encadenamiento productivo, los cuales se coloquen como señales verticales en cada uno de los servicios y atractivos de los asociados de la cooperativa. Esto permite posicionar la marca del producto turístico en la mente de los visitantes.
- Mantener el código de ética del sector turístico con respecto al abuso de los derechos de: los menores de edad, los adultos mayores y personas con discapacidad.
  - Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades.
  - Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.
  - Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible.
  - Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.
  - Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.
  - Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.
  - Artículo 7: Derecho al turismo.
  - Artículo 8: Libertad de desplazamiento turístico.

- Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.
- Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo. (Organización Mundial del Turismo, 2001).

## 2. Transporte

### a. Propósito del servicio

Ofrecer el traslado responsable de los visitantes dentro de San Ramón, Sarapiquí, durante el disfrute del producto turístico.

### b. Descripción del servicio

El servicio de transporte busca trasladar a los visitantes de un lugar a otro para facilitar la llegada a un destino, servicio o atractivo determinado. Para el caso de San Ramón Sarapiquí, el traslado por vías terrestres y caminos comunales es el que se reúne las condiciones para ofrecerse.

El transporte es un factor determinante del producto turístico, “representa el medio de llegar al destino, es un medio necesario para los desplazamientos dentro del destino visitado y en un número reducido de casos, la propia atracción o actividad turística” (Cooper, Fletcher, et.al, 2007: 544) Citado por ( Viloría Cedeño, 2012, pág. 29).

#### o Transporte por carretera:

Según la ubicación y condiciones del destino visitado, las personas pueden viajar en sus propios autos o alquilarlos a una empresa local; pueden utilizar el transporte público (taxis, o autobuses) o bien, participar en un recorrido organizado por un tour operador (Quesada Castro, 2014, pág. 62).

### c. Características del servicio

- Traslado hacia atractivos y servicios turísticos que los itinerarios indiquen, y los visitantes requieran, así como el compromiso de respetar los horarios establecidos y exigencias de los visitantes.



- Información al alcance del visitante: identificación del chofer, conocimiento de la zona, cultura, pobladores y paquetes ofrecidos por el tour operador local. Se debe mostrar un clima de confianza
- Determinar opción de si habrá o no otro tipo de transporte tradicional, como una carreta o caballos.
- Compromiso con la seguridad vial, velar porque tanto el medio de transporte como el transportista presenten toda la documentación legal al día, poniendo como prioridad la seguridad de los visitantes y del transportista.

#### **d. Principios del servicio**

- Responsabilidad y prudencia al tratar con visitantes, estar anuentes a las necesidades fisiológicas y de autorrealización de cada uno de ellos. Algunos ejemplos:
  - Necesidades fisiológicas: alimentación, descanso, higiene.
  - Necesidades de autorrealización: educación, cultura, nivel académico, creatividad.
- Puntualidad: estar al servicio de los visitantes a las horas acordadas.
- Paciencia: respetar a los visitantes y esperar pacientemente a los mismos.
- Responsabilidad ambiental: verificar el adecuado uso de los medios de transporte elegidos para trasladar a los visitantes con el fin de evitar emisiones innecesarias y gastos innecesarios de combustible.

### 3. Alimentación

#### a. Propósito del servicio

Ofrecer la gastronomía típica de San Ramón, Sarapiquí a los visitantes de manera inocua y auténtica.

#### b. Descripción del servicio

Según Quesada Castro el tipo de especialización de la gastronomía y servicios de alimentación de San Ramón, Sarapiquí es: Típicos (especializados en comidas regionales o nacionales) y familiares (2014, pág. 195).

#### c. Características del servicio

- La autenticidad de los platillos de San Ramón y la cocina a la leña, es parte del valor ampliado que los visitantes percibirán de este servicio. Algunos platillos típicos de la zona:
  - Comidas típicas de San Ramón, Sarapiquí:
    - Tamales
    - Picadillo de papaya
    - Sopa de Mondongo
    - Picadillo de Palo de Papaya
    - Arroz con Leche
    - Chicharrones
    - Lomo Relleno
    - Tamal Mudo
    - Cajeta de Coco
    - Cajeta de Leche Pinito
    - Pan Casero
    - Arepas

- Gallos de Queso
  - Tortillas Casera
  - Bebidas típicas de San Ramón
    - Caballo Loco (Bebida Alcohólica)
    - Agua dulce
    - Jugo de caña
    - Café
- La inocuidad de los alimentos es preponderante para ofrecer un servicio de alimentación de calidad.
  - Inocuidad: “La inocuidad de los alimentos engloba acciones encaminadas a garantizar la máxima seguridad posible de los alimentos. Las políticas y actividades que persiguen dicho fin deberán de abarcar toda la cadena alimenticia, desde la producción al consumo” (Organización Mundial de la Salud, 2000).
- La presentación de los mismos reflejará la autenticidad de la comunidad, utilizar elementos locales para decorar los platillos y las zonas de alimentación permitirá al visitante no sólo degustar los alimentos con un excelente sabor sino que estéticamente se aprecie la identidad de la cocina Ramonense.
- Las personas encargadas de cocinar presentarán el carné al día de manipulación de alimentos.

#### **d. Principios del servicio**

- Compromiso con los productores locales, con el fin de garantizar la sostenibilidad social y económica de los asociados y pobladores de San Ramón, Sarapiquí.
- Compromiso con la producción orgánica y sostenible de los alimentos, así como proveedores. El turismo rural permite desarrollar

la imagen de la gastronomía en torno a que el turista esté consiente y seguro que lo que ingesta no va a afectar su salud ni la del ambiente.

- Servicio al cliente de calidad, colaboradores capacitados para atender visitantes de la más cordial manera.

## 4. Hospedaje

### a. Propósito del servicio

Brindar una experiencia de hospedaje placentera y segura a los visitantes durante el su estadía en San Ramón, Sarapiquí.

### b. Descripción del servicio

Su función primordial es velar la satisfactoria pernoctación de los visitantes en el destino.

Las tipologías de hospedaje sugeridas para San Ramón, Sarapiquí son:

- Albergues:

Tipo de establecimiento conformado por un mínimo de siete unidades habitacionales compuestas por dormitorio y baño privado. Sus características de diseño van de acuerdo con su especialización, y con base a en ello se le dará la denominación más apropiada (Albergue para Ecoturismo, de Playa, de Montaña, Juveniles) (Instituto Costarricense de Turismo, 2014, pág. 2).

- Villas/Cabañas/Cabinas:

Establecimiento que brinda servicio de hospedaje por una tarifa diaria, conformando un grupo homogéneo de al menos siete unidades habitacionales, cada una con baño privado, uno o más dormitorios, sala comedor y cocina, ubicadas generalmente en la playa, ríos, lagos y montañas (Instituto Costarricense de Turismo, 2014, pág. 2).

- Posada de turismo rural:

Tipo de establecimiento con un mínimo de tres habitaciones, dotado de baño privado, que podrá ofrecer los servicios de

alimentación y se encuentra localizado en un entorno rural (Instituto Costarricense de Turismo, 2014, pág. 3).

- Posada de turismo rural comunitario:  
Tipo de establecimiento con un mínimo de tres habitaciones, dotado de baño privado, que podrá ofrecer los servicios de alimentación, se encuentra localizado en un entorno rural y cuya actividad es desarrollada por una organización regida por la Ley de Asociaciones, Ley No. 218 del 8 de agosto de 1939 y sus reformas, o conformada como cooperativa de autogestión de la zona rural, regulada en la Ley de Asociaciones Cooperativas (Instituto Costarricense de Turismo, 2014, pág. 3)

### **c. Características del servicio**

- La tipología de hospedaje debe estar definida por las características observadas anteriormente, siendo esto preponderante para la futura declaratoria turística.
- Ofrecer baño privado para cada una de las habitaciones disponibles para los visitantes, de igual manera ofrecer una o dos habitaciones para personas con alguna discapacidad, así como los respectivos ajustes en los baños y accesos al establecimiento de hospedaje.
- La seguridad tanto del hospedaje en general como de cada habitación, es decisiva para que el cliente compre una noche de hospedaje en el establecimiento, de ahí la importancia de planificar los medios por los que se hará sentir al visitante seguro.
- La información brindada al visitante antes, y durante su estadía en la comunidad debe ser certera, y verificada.
- En caso que la ocupación esté al tope, mantener el compromiso con los encadenamientos productivos y enviar clientes a quienes

están en capacidad para atender dichos visitantes, favoreciendo a los que menos demanda tengan.

#### **d. Principios del servicio**

- El clima laboral y ambiente de negocios deben ser placenteros, ya que tanto los clientes internos como externos deben reflejar el respeto.
- Mantener el código de ética del sector turístico con respecto al abuso de los derechos de: los menores de edad, los adultos mayores y personas con discapacidad.
  - Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades.
  - Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.
  - Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible.
  - Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.
  - Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.
  - Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.
  - Artículo 7: Derecho al turismo.
  - Artículo 8: Libertad de desplazamiento turístico.
  - Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.
  - Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo. (Organización Mundial del Turismo, 2001).

## 5. Guiado Turístico

### a. Propósito del servicio

Proporcionar el servicio responsable y profesional de guiado turístico a los visitantes durante los recorridos ofrecidos en San Ramón, Sarapiquí.

### b. Descripción del servicio

“Persona física que de manera habitual y retribuida realice las funciones establecidas en el presente reglamento, estén inscritos en el Registro que el Instituto lleve para tales efectos y cuente con la acreditación respectiva” (Instituto Costarricense de Turismo, 2012, pág. 2).

### c. Características del servicio

- Los guías de turismo generales serán los encargados de la actividad.
  - Guía Local:

El guía local será aquella persona que tiene conocimientos básicos sobre los sitios turísticos de su localidad, así como de su flora y fauna silvestre y patrimonio cultural de la región. El ámbito de actuación se limitará a la localidad autorizada por el Instituto, para lo cual se tendrá como referencia la zona donde se sitúen las Áreas Silvestres Protegidas. (Instituto Costarricense de Turismo, 2012, pág. 3) .
- Los guías tienen credencial al día que los autoriza como guías locales.
- La constante actualización de los conocimientos es estrictamente necesaria.
- El curso de primeros auxilios actualizado, se muestra importante al acontecer de un problema.



#### **d. Principios del servicio**

- Un guía local no permite que los visitantes roben la flora y fauna de la comunidad, así como ser responsables de evitar alimentar o perturbar los animales silvestres.
- Fomentar el uso de los servicios y oferta de COOPROTURS R.L.
- Mantener el código de ética del sector turístico con respecto al abuso de los derechos de: los menores de edad, los adultos mayores y personas con discapacidad.
  - Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades.
  - Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.
  - Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible.
  - Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.
  - Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.
  - Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.
  - Artículo 7: Derecho al turismo.
  - Artículo 8: Libertad de desplazamiento turístico.
  - Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.
  - Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo. (Organización Mundial del Turismo, 2001).

## 6. Tours de San Ramón, Sarapiquí

### a. Propósito del servicio

Aprovechar el potencial natural, cultural y rural de San Ramón, Sarapiquí, para ofrecer vivencias auténticas a los visitantes.

### b. Descripción del servicio

“Recorrido con el interés de conocer y observar tanto atractivos naturales, como culturales. Se puede realizar en distintos medios de transporte, generalmente es guiado por una persona especializada en el tema y la región” (Instituto Nacional de Aprendizaje, 2002, pág. 12).

### c. Características del servicio

- Servicio de guiado turístico con profesionales capacitados en el área.
- Compromiso con los encadenamientos productivos generados.
- Según la potencialidad identificada y los asociados de COOPROTURS R.L. los tours a ofrecer podrían ser los siguientes:
  1. Tour de observación de aves
    - 1.1. Posibles lugares para su desarrollo: Parque Nacional Braulio Carrillo Sector El Ceibo, Finca de don Bernal Corrales, Finca de Familia Mena Brenes, Centro Turístico Santuario de Mariposas Aguas Silvestres.
    - 1.2. Valor ampliado: A lo largo de todos los recorridos, desde el ingreso a la comunidad, se encuentran especies de aves. Al llegar al Parque Nacional Braulio Carrillo se pueden observar más de 200 especies de aves.
  2. Tour nocturno

- 2.1. Posibles lugares para su desarrollo: Parque Nacional Braulio Carrillo Sector El Ceibo, Finca de don Bernal Corrales, Finca de Familia Mena Brenes, Centro Turístico Santuario de Mariposas Aguas Silvestres.
  - 2.2. Valor ampliado: Brindado por guías locales con información de primera mano y actualizada sobre los recursos existentes.
3. Tour cultural
    - 3.1. Posibles lugares para su desarrollo: Comunidad de San Ramón, Sarapiquí o en el suvenir de COOPROTURS R.L.
    - 3.2. Valor ampliado: Se evidenciará la autenticidad y humildad de la población mostrando sus costumbres, raíces, tradiciones e historia.
4. Tour de stevia orgánica
    - 4.1. Posibles lugares para su desarrollo: Plantación de stevia de Ligia Gómez
    - 4.2. Valor ampliado: degustación de un producto con propiedades como: la stevia es beneficiosa para las personas hipertensas ya que regula la tensión arterial y los latidos del corazón. La stevia es también vasodilatadora, es un poderoso antioxidante, es bactericida y se utiliza en dentífricos y chicles para prevenir la caries dental por su acción antibiótica contra la placa bacteriana, combate ciertos hongos, como el Cándida Albicans, que causa vaginitis, es un diurético suave que ayuda a disminuir los niveles de ácido úrico, tiene efectos beneficiosos en la absorción de las grasas, es antiácido y facilita la digestión, contrarresta la fatiga y los estados de ansiedad mejora la resistencia frente a gripes y resfriados, es cicatrizante y bactericida en aplicaciones contra quemaduras, heridas, etc. (Asociación Española de Stevia Rebaudiana, S.f.)

5. Tour de pimienta orgánica
  - 5.1. Posibles lugares para su desarrollo: Plantación de pimienta orgánica de doña Roxinia Brenes.
  - 5.2. Valor ampliado: El ser producción orgánica le otorga un valor sostenible al producto.
  
6. Tour de finca integrada
  - 6.1. Posibles lugares para su desarrollo: Finca de Familia Gómez Cascante y Zoocriadero de Tepezcuintes y Finca Integral.
  - 6.2. Valor ampliado: mostrar agricultura de autoconsumo y cómo reutilizar hasta lo que parecen simples desechos, así como mostrar cómo influye esto en la conservación de los recursos naturales que rodean a San Ramón.
  
7. Tour de Caídas de agua
  - 7.1. Posibles lugares para su desarrollo: Parque Nacional Braulio Carrillo Sector El Ceibo, Finca de don Bernal Corrales, Finca de Familia Mena Brenes, Centro Turístico Santuario de Mariposas Aguas Silvestres.
  - 7.2. Valor ampliado: Es un tour diferente donde los amantes a las caídas de agua pueden observar aguas cristalinas y belleza escénica. Este tour fue propuesto por los asociados de COOPROTURS R.L.

#### **d. Principios del servicio**

- Responsabilidad ambiental y cultural, ya que se manejan los recursos directamente, hay que enviar un mensaje positivo a los visitantes que los comprometa a cuidar y valorar los recursos de cualquier comunidad rural.
- Puntualidad al comenzar y terminar cada uno de los tour.

- Mantener el código de ética del sector turístico con respecto al abuso de los derechos de: los menores de edad, los adultos mayores y personas con discapacidad.
  - Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades.
  - Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.
  - Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible.
  - Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.
  - Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.
  - Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.
  - Artículo 7: Derecho al turismo.
  - Artículo 8: Libertad de desplazamiento turístico.
  - Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.
  - Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo. (Organización Mundial del Turismo, 2001).

## 7. Balneario Natural

### a. Propósito del servicio

Aprovechar el recurso hídrico y paisajístico de la comunidad para ofrecer una experiencia relajante en medio de la naturaleza y aguas cristalinas de San Ramón, Sarapiquí.

### b. Descripción del servicio

Un balneario natural es un espacio físico dentro de un recurso natural como por ejemplo un río, donde los visitantes disfrutan del agua, como si fuese una piscina.

### c. Características del servicio

- Análisis de aguas periódicos, con el fin de evitar la contaminación de los mantos acuíferos y asegurar la seguridad de los visitantes.
- Seguridad para los visitantes, con personas encargadas de primeros auxilios básicos, de ser necesario.
- Compromiso con la relajación y disfrute de los visitantes, ofreciendo servicio de toallas y traslado hasta el lugar de hospedaje.
- Lugares para implementación:
  - Río San Ramón
  - Río San Ramoncito
  - Centro turístico Santuario de Mariposas aguas silvestres.

### d. Principios del servicio

- Velar por el estado de conservación de los mantos acuíferos utilizados y de los no utilizados para este servicio.
- Campañas de reforestación constante al margen de los acuíferos presentes en la comunidad.

## 8. Suvenir

### a. Propósito del servicio

Ofrecer recuerdos auténticos elaborados por asociados de COOPROTURS R.L.

### b. Descripción del servicio

Es una tienda o espacio donde se ofrecen recuerdos para los visitantes que quieran recordar por medio de un objeto representativo.

### c. Características del servicio

- Muestra la realidad de la comunidad, así como paisajes propios, fauna y flora presente en los atractivos de la zona.
- Compromiso con la autenticidad, evitando copiar modelos de artesanía existentes en el país, para agregar valor a los mismos.
- Artesanía que puede componer la oferta del suvenir de la Cooperativa:
  - Artesanías Sueño Real
  - Artesanías de doña Roxania
  - Artesanías La Beraca
  - Eco Artesanías Pura Vida
- Compromiso con el encadenamiento productivo con los encargados de manufacturar la artesanía.

### d. Principios del servicio

- Utilización de materiales reciclables, o desechos de la comunidad, para la elaboración de los recuerdos.
- Involucrar a los niños, personas adultas mayores así como personas con discapacidad en talleres para elaboración de artesanía.

## Conclusiones

Existe un gran potencial para el desarrollo de actividades en torno a la observación de aves, aunado a este se rescata que por las buenas vías de acceso desde pozo azul hasta San Ramón, Sarapiquí permitiría el rápido acceso para observación de aves e incluso la investigación en el Puesto El Ceibo.

El calor humano, y la cultura presente en la comunidad es un complemento realmente motivante para generar una oferta de turismo rural enfocada en la observación de aves, complementada con las actividades productivas presentes y el patrimonio cultural presente en la comunidad. La visión de los asociados es posicionarse como uno de los pocos y únicos destinos del país, donde los emprendimientos de la comunidad están íntimamente encadenados por medio de la autogestión y la conservación de la flora y fauna del lugar, para ofrecer a los visitantes experiencias auténticas y mostrar el patrimonio identificado de manera sostenible.

Se requiere un enorme compromiso si se desea tener esta cantidad de servicios en la comunidad, para ello existen los recursos naturales, culturales, rurales y existe el recurso humano motivado así como activo, sin embargo la constancia y perseverancia juegan un papel preponderante para el desarrollo de la propuesta planteada.



## Bibliografía

- Viloria Cedeño, N. E. (2012). Desarrollo turístico y su relación con el transporte. *Gestión turística*, 23-36.
- Asociación de Desarrollo Integral de San Ramón de la Virgen, Sarapiquí. (S.f. ). Historia de San Ramón. *Un esfuerzo por recopilar la historia de San Ramón*, 1-21.
- Asociación Española de Stevia Rebaudiana. (S.f.). *Beneficios de la stevia*. Obtenido de Sitio web de la Asociación Española de Stevia Rebaudiana: <http://www.stevia-asociacion.com/index.php/beneficios>
- Barrantes Echavarría, R. (2014). *Investigación: un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo, cuantitativo o mixto*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Blázquez , J., Sarrión , J., Aycart, C., Hernández , A., & Jiménez, M. (2014). *Metodología específica para la creación de producto turístico en torno a vías verdes*. Unión Europea: Rutas Pangea y Fundación de los Ferrocarriles Españoles (FFE) Gerencia de Vías Verdes y Medio Ambiente.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Calvo Quirós, A., Rostrán Obando, M., & Fernández Mora, L. (2015). *Informe de gira 19 de noviembre*. Santa Clara, San Carlos.
- Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación. (09 de 11 de 2011). *Noticias*. Obtenido de Página web de la Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación: <http://www.camtic.org/nuestros-afiliados/software-libre-facilitara-labor-de-empresas-turisticas/>
- Cárdenas Tabares, F. (2006). *Proyectos Turísticos Localización e Inversión*. México: Trillas.
- Casado, A., & Sellers, R. (2006). *Dirección de Marketing: Teoría y Práctica*. España: Editorial Club Universitario.

- COOPROTURS R.L. (2015). *Reseña Histórica de la Cooperativa*. San Ramón, Heredia.
- Equipo Vértice. (2007). *Marketing Turístico*. España: Editorial Vértice.
- Estado de la Nación . (2004). *Undécimo informe sobre el estado de la nación en desarrollo humano sostenible*. Costa Rica.
- Fernández Ávila, V. (2006). *Diseño del Producto Turístico una Propuesta Metodológica*. Bogotá, Colombia.
- Gronroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid, España: Díaz de Santos S.A.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- ICT, PNUD . (2005). *Plan de Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario*.
- Instituto Costarricense de Turismo. (29 de 09 de 2012). *Leyes y reglamentos*. Obtenido de Sitio web del Instituto Costarricense de Turismo: <http://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislaci%C3%B3n-de-empresas/leyes-y-reglamentos/597-reglamento-de-los-guias-de-turismo/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (28 de 10 de 2014). *Leyes y Reglamentos*. Obtenido de Sitio web del Instituto Costarricense de Turismo: <http://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislaci%C3%B3n-de-empresas/leyes-y-reglamentos/598-reglamento-de-las-empresas-de-hospedaje-turistico/file.html>
- Instituto Nacional de Aprendizaje. (2002). *Generalidades del Turismo*. San José, Costa Rica.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). *Indicadores de población*. Obtenido de Sitio web: INEC: <http://datos.inec.go.cr/dashboards/5341/poblacion/>

- La Gaceta. (01 de octubre de 2009). Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario. Acosta.
- La Nación. (17 de 09 de 2015). Los amantes de las aves "volarán" a Sarapiquí para celebrar su festival. *Periódico La Nación* .
- López Clemente, P. (19 de setiembre de 2006). *Biblioteca virtual*. Obtenido de Universidad de Salamanca: [http://sabus.usal.es/site%20med/descargas/Pedro\\_%20FI.pdf](http://sabus.usal.es/site%20med/descargas/Pedro_%20FI.pdf)
- Machado Chaviano, E. (2013). Integración y diseño del producto turístico, aplicado a la región central del destino Cuba. *Geographos*, 69-92.
- Machado Chaviano, E., & Hernández Aro, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Dialnet*, 161-174.
- Maldonado , C., & Hernández, G. (2011). Guía para autogestión de calidad. Servicios Turísticos Comunitarios. Ecuador: Organización Internacional de Trabajo.
- Morera, C. (2006). Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica. *Ambientico*, 4-8.
- Organización Mundial de la Salud. (2000). *Temas de salud*. Obtenido de Sitio web de la Organización Mundial de la Salud : [http://www.who.int/topics/food\\_safety/es/](http://www.who.int/topics/food_safety/es/)
- Organización Mundial del Turismo. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (21 de 12 de 2001). *Ética y responsabilidad social*. Obtenido de Sitio web de la Organización Mundial del Turismo: <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>
- Quesada Castro, R. (2014). *Elementos de turismo. Teoría, clasificación y actividad*. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Quesada, R. (2010). *Elementos del Turismo Teoría, Clasificación y Actividad*. San José: EUNED.
- Rivera Camino, J., & de Garcillán , M. (2007). *Dirección de Marketing: fundamentos y aplicaciones*. Madrid, España: ESIC.

- Rosales Posas, R. (2015). *La formulación y la evaluación de proyectos con énfasis en el sector agrícola*. San José: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia.
- Sancho Pérez, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo OMT WTO.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y Formulación de Proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Silvestrini Ruiz , M., & Vargas Jorge , J. (enero de 2008). Obtenido de Universidad Interamericana de Puerto Rico : <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>
- Varisco, C., Castellucci, D., González , M., Muñoz, M., Padilla, N., Campoliete, L., & Benseny , G. (2014). El Relevamiento Turístico: de CICATUR a la planificación participativa. *VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*, (pág. 17). Neuquén, Argentina .