

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

ESTRATEGIA DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA PARA LA CÁMARA DE TURISMO DE
TURRIALBA, POS PANDEMIA DEL COVID-19

Trabajo final de investigación aplicada sometido a la consideración de la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Gestión Ambiental y Ecoturismo para optar al grado y título de Maestría Profesional en Gestión Ambiental y Ecoturismo, con énfasis en Diseño de Sistemas Recreativos

ANDRÉS RODOLFO ZÚÑIGA ROMERO

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica

2021

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia, que son las personas a las que más amo. A mi madre Alicia Romero y a mi padre Rodolfo Zúñiga, quienes nunca han dejado de creer en mi y me han apoyado durante toda mi vida a superarme, a ser una mejor persona y un mejor profesional; guiándome siempre con su ejemplo y buenos valores.

A mi amada esposa Pame, quien siempre ha estado ahí para mi, en la buenas, las no tan buenas, las malas y las peores. Sin tu apoyo, ayuda y comprensión este trabajo no hubiera sido posible. Gracias por siempre estar ahí para mi.

¡Los amo!

Agradecimientos

Primeramente, me gustaría agradecer a Dios por haberme dado la oportunidad de estudiar lo que me gusta y de poder desarrollarme personal y profesionalmente. También me agradezco a mi, por haber aprovechado el tiempo de manera positiva durante una etapa tan difícil como la pandemia del COVID-19.

A mi tutor, Félix Zumbado, por todos sus consejos y porque siempre supo mantenerme interesado en el tema y me animó siempre a salir adelante y terminar el trabajo. También a mis lectores Gabriela Rodríguez y don Rosendo Pujol, por sus comentarios y correcciones, las cuales siempre fueron tomadas en cuenta.

A la Cámara de Turismo de Turrialba, por abrirme las puertas desde el inicio y permitirme trabajar con ellos durante el desarrollo del presente trabajo. Agradezco especialmente a Ida Herrera, César Gómez y José Coto; quienes siempre me brindaron su ayuda y aportaron una gran cantidad de información.

A todos los empresarios turísticos de la zona de Turrialba que contribuyeron en la realización de este trabajo aportando información valiosa de sus emprendimientos y actividades comerciales.

Finalmente, me gustaría agradecer a mis padres y esposa, por brindarme todo el apoyo que necesité durante el tiempo tan difícil que pasé durante los primeros meses de la pandemia. Ustedes me han enseñado que teniendo a la familia, amigos y seres queridos cerca; no hace falta nada más.

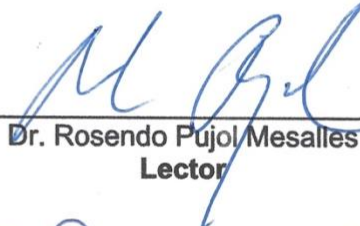
Este trabajo final de investigación aplicada fue aceptado por la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Gestión Ambiental y Ecoturismo de la Universidad de Costa Rica, como requisito parcial para optar al grado y título de Maestría Profesional en Gestión Ambiental y Ecoturismo con énfasis en Diseño de Sistemas Recreativos.



M.Sc. Marco Retana López
Representante del Decano
Sistema de Estudios de Posgrado



M.Sc. Félix Zumbado Morales
Profesor Guía



Dr. Rosendo Pujol Mesalles
Lector



M.Sc. Gabriela Rodríguez Román
Lectora



Dr. Oscar Chaves Badilla
Representante del Director del Programa
de Posgrado en Gestión Ambiental y Ecoturismo



Andrés Rodolfo Zúñiga Romero
Sustentante

Tabla de Contenidos

<i>Dedicatoria</i>	<i>ii</i>
<i>Agradecimientos</i>	<i>iii</i>
<i>Hoja de Aprobación</i>	<i>iv</i>
<i>Resumen</i>	<i>vii</i>
<i>Lista de Cuadros</i>	<i>viii</i>
<i>Lista de Figuras</i>	<i>ix</i>
<i>Lista de Abreviaturas</i>	<i>x</i>
<i>CAPITULO I</i>	<i>1</i>
Introducción	1
Justificación del tema	1
Antecedentes	2
Desarrollo del turismo en el cantón de Turrialba	2
Resumen de antecedentes.....	4
Delimitación del problema	8
Alcances de la investigación.....	8
Limitaciones de la investigación.....	10
Planteamiento del problema	11
Objetivo general.....	12
Objetivos específicos.....	12
Preguntas de investigación	13
<i>CAPITULO II</i>	<i>14</i>
Marco teórico	14
<i>CAPITULO III</i>	<i>21</i>
Metodología	21
Enfoque	31
<i>CAPITULO IV</i>	<i>32</i>

Caracterización del área de estudio	32
Aspectos generales.....	32
<i>CAPITULO V</i>	<i>35</i>
A. Resultados generales.....	35
B. Análisis de resultados de la investigación.....	52
B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba	52
B.2. Ventajas competitivas del cantón de Turrialba	67
B.3. Retos en cuanto a promoción turística en la Cámara de Turismo de Turrialba	72
B.4. Poblaciones meta para la promoción turística	75
B.5. Estrategia de participación público-privada para la reactivación turística pos pandemia del COVID-19 en el cantón de Turrialba	84
<i>CAPITULO VI</i>	<i>118</i>
Conclusiones y recomendaciones.....	118
Conclusiones.....	118
Recomendaciones	124
<i>CAPITULO VII</i>	<i>128</i>
Bibliografía.....	128
Anexos	135
Anexo I. Impacto del Turismo en la Era Pre Pandemia	135
Anexo II. Lecciones Aprendidas de Iniciativas Turísticas en Turrialba	143
Anexo III. Posturas Teóricas Relevantes.....	170
Anexo IV. Generalidades del cantón de Turrialba.....	184
Anexo V. Resultados del diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba	203
Anexo VI. Resultados del análisis de servicios de hospedaje y alimentación	224
Anexo VII. Poblaciones meta para la promoción turística propuestas inicialmente por la CATUR	247
Anexo VIII. Acciones tomadas por el Estado costarricense para la recuperación económica de la actividad turística según el Instituto Costarricense de Turismo (2020)	248
Anexo IX. Ejemplos de formatos de recorridos integrados para ofrecerlos en la página web y redes sociales de la CATUR	254

Resumen

Este estudio presenta el análisis de caso de la propuesta de reactivación del sector Turismo post Covid-19 para el cantón de Turrialba, Costa Rica. Este cantón se caracteriza por su componente multiétnico, presencia de territorios indígenas y Áreas Silvestres Protegidas como el volcán Turrialba y el Monumento Nacional Guayabo.

La metodología incluyó la realización de un diagnóstico del sistema turístico del cantón de Turrialba, donde se recopiló información primaria y secundaria sobre atractivos, oferta y demanda turística, estadística de ingreso a las Áreas Silvestres Protegidas, accesibilidad, transporte, patentes municipales, patrimonio tangible e intangible, entre otros. También se sistematizó la encuesta de turismo realizada en el año 2021 por parte de la Cámara de Turismo de Turrialba (CATUR). La información primaria se obtuvo de grupos focales y entrevistas a los representantes de la CATUR, el ICT, Municipalidad de Turrialba y de la realización de 39 entrevistas a empresarios turísticos, 22 mediante visitas a sitios de hospedaje y 17 por medio de entrevistas telefónicas. El investigador participó en cuatro talleres con integrantes de la CATUR y la información recopilada se sistematizó en fichas y matrices. Mediante la herramienta del Árbol de Problemas se identificó el origen de la problemática y posteriormente se generó un programa de acciones clave por desarrollar para enfrentar los retos encontrados.

Los resultados muestran que la pandemia del COVID-19 profundizó las debilidades del sector turismo en el cantón de Turrialba, sin embargo, la pandemia no es la causante de estas. Se concluye que existen problemas estructurales que son los causantes de los retos que enfrenta el sector. La principal causa de los problemas es la falta de liderazgo del sector turístico del cantón para impulsar acciones estratégicas que permitan hacer un desarrollo de dicha actividad de una forma más ordenada e integral y para solucionarlo se propone una estrategia de reactivación turística para la CATUR.

Palabras clave: TURISMO, PANDEMIA, COVID-19, REACTIVACIÓN TURÍSTICA, ESTRATEGIA, TURRIALBA.

Lista de Cuadros

Cuadro 1. Resumen de lecciones aprendidas de los antecedentes.	4
Cuadro 2. Resumen de posturas teóricas.	18
Cuadro 3. Visitación de residentes y no residentes a las Áreas Silvestres Protegidas de Turrialba y otras ASP de referencia.	43
Cuadro 4. Accesibilidad al destino turístico Turrialba y a sus principales competidores.	46
Cuadro 5. Rutas de acceso al cantón de Turrialba.	47
Cuadro 6. Matriz de accesibilidad de Turrialba.	49
Cuadro 7. Resumen de distribución de servicios de hospedaje en el cantón de Turrialba.	62
Cuadro 8. Distribución de los servicios de alimentación por distrito según su tipo.	66
Cuadro 9. Análisis FODA de la promoción turística que hace la CATUR.	73
Cuadro 10. Actividades turísticas ofrecidas en el cantón de Turrialba.	76
Cuadro 11. Resumen de acciones impulsadas por el Estado para la reactivación turística.	85
Cuadro 12. Hábitos vacacionales del costarricense 2018.	87
Cuadro 13. Resumen de acciones impulsadas por la CATUR para la reactivación turística.	91
Cuadro 14. Estudio sobre el público meta para el turismo nacional en Turrialba 2020.	93
Cuadro 15. Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19.	99
Cuadro 16. Principales atractivos turísticos de la provincia de Cartago.	144
Cuadro 17. Resumen del plan de acción por área estratégica.	147
Cuadro 18. Recorridos de la Ruta del Queso en Turrialba.	157
Cuadro 19. Recomendaciones de la OMT.	173
Cuadro 20. Límites geográficos del cantón de Turrialba.	184
Cuadro 21. Sistema turístico de Turrialba de acuerdo a la teoría de Sergio Molina.	190
Cuadro 22. Distritos del cantón de Turrialba y sus principales comunidades.	192
Cuadro 23. Características demográficas del cantón de Turrialba.	195
Cuadro 24. Densidad de población por distrito del cantón de Turrialba.	195
Cuadro 25. Extensión de los distritos del cantón de Turrialba.	196
Cuadro 26. Porcentaje de población ocupada por sector productivo en el cantón de Turrialba.	198
Cuadro 27. Alfabetismo en población de más de 10 años en Turrialba.	200
Cuadro 28. Promedio de ocupantes por vivienda individual ocupada y prestación de servicios básicos.	201

Lista de Figuras

Figura 1. El paisaje como recurso turístico en Turrialba. Parque Nacional Barbilla al fondo, imagen tomada desde Grano de Oro, comunidad indígena, Turrialba.	2
Figura 2. Los bosques y el sector agropecuario. Atractivos turísticos del cantón de Turrialba.	8
Figura 3. Edificio de la Asociación de Desarrollo Indígena de Grano de Oro, Turrialba.	14
Figura 4. Metodología de la investigación.	21
Figura 5. Hoteles Casa Turire, Casa de Lis y Wagelia.	26
Figura 6. Fases de la metodología.	28
Figura 7. Ubicación de la provincia de Cartago y el cantón de Turrialba en el territorio de Costa Rica.	33
Figura 8. Gigantografía colocada recientemente en el Parque Quesada Casal en Turrialba.	40
Figura 9. Logo de la Cámara de Turismo de Turrialba.	41
Figura 10. Grano de Oro, Turrialba. Territorio con gran potencial para el desarrollo del etno-turismo.	54
Figura 11. Cataratas Las Trillizas, Catarata La Muralla, Río Pejibaye.	56
Figura 12. Planta turística del cantón de Turrialba según clasificaciones.	57
Figura 13. Distribución de la planta turística en los distritos del cantón de Turrialba.	57
Figura 14. Ventajas competitivas del cantón de Turrialba.	67
Figura 15. Árbol de problemas.	97
Figura 16. Ejemplo de afiche para promocionar un concurso de fotografía en Turrialba.	110
Figura 17. Afiche promocional del Tour Místico Nocturno en Guayabo 2019.	111
Figura 18. Actividades recreativas al aire libre para niños.	112
Figura 19. Actividades de días de campo para burbujas sociales.	112
Figura 20. Mirador de Ujarrás, propiedad del Estado costarricense.	113
Figura 21. Mirador en Hacienda La Chimba, Santa Ana, Costa Rica.	114
Figura 22. Mirador de la mano gigante, Huila, Colombia.	114
Figura 23. Feria del Agricultor de Tegucigalpa, Honduras.	115
Figura 24. Canal de YouTube de René Montiel, que muestra que tiene más de 82,000 seguidores.	117
Figura 25. Perfil de Instagram de Kurt Dyer, que muestra que tiene más de 71,000 seguidores.	117
Figura 26. Turismo versus café y banano.	137
Figura 27. Población ocupada por actividades asociadas con el sector turístico.	138
Figura 28. Visión de desarrollo de la industria turística de la sub-unidad Cartago.	146
Figura 29. Condición de la red vial del cantón de Turrialba.	187
Figura 30. Sistema turístico de Sergio Molina.	189
Figura 31. Población total del cantón de Turrialba por grupos de edad según sexo.	194
Figura 32. Porcentaje histórico de población ocupada por sectores económicos en Turrialba.	199
Figura 33. Poblaciones meta para la promoción turística de Turrialba de acuerdo a la CATUR.	247

Lista de Abreviaturas

ACANAMED: Academia Nacional de Medicina

ANC: Academia Nacional de Ciencias

ASADAS: Asociaciones administradoras de los Sistemas de Acueductos y Alcantarillados comunales

ASOPROFOLAC: Asociación para el Fomento de la Industria Láctea de Santa Cruz

ASP: Áreas Silvestres Protegidas

B&B: Bed & Breakfast (Albergue)

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

CANATUR: Cámara Nacional de Turismo

CATIE: Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza

CATUR: Cámara de Turismo de Turrialba

CCSS: Caja Costarricense de Seguro Social

EBAIS: Equipos Básicos de Atención Integral en Salud

ECE: Encuesta Continua de Empleo

EE.UU.: Estados Unidos

FAO: Food and Agriculture Organization (Organización para la Alimentación y la Agricultura)

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

GAM: Gran Área Metropolitana

ICAP: Instituto Centroamericano de Administración Pública

ICE: Instituto Costarricense de Electricidad

ICT: Instituto Costarricense de Turismo

IICA: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

INA: Instituto Nacional de Aprendizaje

INDER: Instituto de Desarrollo Rural

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos

IVA: Impuesto al Valor Agregado

MCJ: Ministerio de Cultura y Juventud

MEP: Ministerio de Educación Pública

MERS: Síndrome Respiratorio de Oriente Medio

MICE: Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones)

MIDEPLAN: Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica

OEA: Organización de Estados Americanos

OMS: Organización Mundial de la Salud

OMT: Organización Mundial del Turismo

ONU: Organización de las Naciones Unidas

OVOP: One Village, One Product (Un Pueblo, Un Producto)

PYMES: Pequeñas y Medianas Empresas

RAE: Real Academia Española

RECOPE: Refinadora Costarricense de Petróleo

Sicultura: Sistema de Información Cultural de Costa Rica

SINAC: Sistema Nacional de Áreas de Conservación

SRAS: Síndrome Respiratorio Agudo Severo

TSE: Tribunal Supremo de Elecciones

UCE: Unidad de Cultura y Economía

UCR: Universidad de Costa Rica

UNA: Universidad Nacional de Costa Rica

WTTC: World Travel & Tourism Council (Consejo Mundial de Viaje y Turismo)



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

SEP Sistema de
Estudios de Posgrado

Autorización para digitalización y comunicación pública de Trabajos Finales de Graduación del Sistema de Estudios de Posgrado en el Repositorio Institucional de la Universidad de Costa Rica.

Yo, Andrés Rodolfo Zúñiga Romero, con cédula de identidad 3-0432-0098, en mi condición de autor del TFG titulado Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos Pandemia del Covid-19.

Autorizo a la Universidad de Costa Rica para digitalizar y hacer divulgación pública de forma gratuita de dicho TFG a través del Repositorio Institucional u otro medio electrónico, para ser puesto a disposición del público según lo que establezca el Sistema de Estudios de Posgrado. SI NO *

*En caso de la negativa favor indicar el tiempo de restricción: _____ año (s).

Este Trabajo Final de Graduación será publicado en formato PDF, o en el formato que en el momento se establezca, de tal forma que el acceso al mismo sea libre, con el fin de permitir la consulta e impresión, pero no su modificación.

Manifiesto que mi Trabajo Final de Graduación fue debidamente subido al sistema digital Kervá y su contenido corresponde al documento original que sirvió para la obtención de mi título, y que su información no infringe ni violenta ningún derecho a terceros. El TFG además cuenta con el visto bueno de mi Director (a) de Tesis o Tutor (a) y cumplió con lo establecido en la revisión del Formato por parte del Sistema de Estudios de Posgrado.

FIRMA ESTUDIANTE

Nota: El presente documento constituye una declaración jurada, cuyos alcances aseguran a la Universidad, que su contenido sea tomado como cierto. Su importancia radica en que permite abreviar procedimientos administrativos, y al mismo tiempo genera una responsabilidad legal para que quien declare contrario a la verdad de lo que manifiesta, puede como consecuencia, enfrentar un proceso penal por delito de perjurio, tipificado en el artículo 318 de nuestro Código Penal. Lo anterior implica que el estudiante se vea forzado a realizar su mayor esfuerzo para que no sólo incluya información veraz en la Licencia de Publicación, sino que también realice diligentemente la gestión de subir el documento correcto en la plataforma digital Kervá.

CAPITULO I

Introducción

Justificación del tema

Los años 2020 y 2021 serán recordados a nivel mundial como un periodo de gran incertidumbre y desafíos para la humanidad. Aún no se conocen las repercusiones que generará la pandemia del COVID-19 en el mediano y largo plazo en las actividades que implican el traslado de personas para su realización, como es el caso del turismo.

Específicamente para Costa Rica, un pequeño país centroamericano, las afectaciones en el sector turismo han generado una grave crisis socio-económica. En esta nación, la economía depende en gran medida del empleo generado en el sector terciario y las exportaciones de productos agropecuarios como la piña y el banano. La relativa estabilidad política y social, así como la gran cantidad de recursos naturales han permitido el fortalecimiento del sector turístico en el país, el cual se ve hoy mermado por una crisis sanitaria que ha causado tasas de desempleo sin precedentes en este sector de la economía.

Diversos sectores de la sociedad costarricense han buscado generar medidas de contención y reactivación económica, siendo la academia uno de esos sectores llamados a generar proyectos de alto impacto que aporten solución a los problemas planteados por la pandemia del COVID-19. En ese contexto, este trabajo de graduación se enmarca en un proceso investigativo que busca aportar al listado de soluciones que brindará la academia para tratar de reactivar la economía costarricense, siendo el foco de análisis la reactivación del turismo en las zonas rurales mediante un estudio de caso en el cantón de Turrialba. En el Anexo I es posible encontrar información más elaborada sobre el impacto del turismo en la era pre pandemia, que tiene una estrecha relación con justificación del tema elegido por el investigador.

Antecedentes



Figura 1. El paisaje como recurso turístico en Turrialba. Parque Nacional Barbilla al fondo, imagen tomada desde Grano de Oro, comunidad indígena, Turrialba.

Fuente: Fotografía tomada por el autor, 2021.

Desarrollo del turismo en el cantón de Turrialba

De acuerdo con declaraciones de Ida Herrera Rodríguez (2020), Presidenta de la Cámara de Turismo de Turrialba, la CATUR es reconocida a nivel nacional por ser la primera cámara de turismo en Costa Rica. Fue creada en el año 2003 y está compuesta por un grupo de 21 empresarios comprometidos con la actividad turística dentro del cantón de Turrialba que trabajan con micro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a la gestión y promoción turística. Por lo que se decidió trabajar en colaboración con esta organización para plantear una estrategia de reactivación turística pos pandemia del COVID-19.

En este apartado se hace mención de algunos de los antecedentes más relevantes que han sido desarrollados en el cantón de Turrialba en años anteriores por diversas personas e instituciones, con el objetivo de ser considerados durante el proceso de elaboración de la Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19.

El siguiente cuadro contiene un resumen con una descripción general y las lecciones aprendidas de cada iniciativa, basándose en experiencias de éxito y/o de fracaso, durante el desarrollo de los proyectos mencionados como antecedentes. El Anexo II de este documento contiene información mucho más detallada de cada uno de los antecedentes tomados en cuenta.

Resumen de antecedentes

Cuadro 1. Resumen de lecciones aprendidas de los antecedentes.

Antecedente	Descripción general	Lecciones aprendidas
Plan de Desarrollo Turístico ICT	Iniciativa del ICT, que “mediante los procesos de planificación pretende la promoción de polos de desarrollo económico y social sustentados en el turismo regional y local, con un enfoque de desarrollo sostenible. La iniciativa de elaborar el Plan de Desarrollo Turístico de Cartago, forma parte de ese enfoque de trabajo y de los objetivos planteados en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2002-2012, que contempla la creación de centros de turismo en las subunidades de planeamiento para concentrar el desarrollo, considerando variables ambientales, sociales y económicas para propiciar un desarrollo sostenible de la actividad turística en la provincia.” (ICT, 2006).	<ul style="list-style-type: none"> • El Parque Nacional Volcán Turrialba y el Monumento Nacional Guayabo son los 2 atractivos turísticos principales de Turrialba a nivel provincial. • Turrialba debería desarrollarse como un destino de aventura natural, sacando provecho de la arqueología, el turismo comunitario y el ecoturismo. • Definición de 6 áreas estratégicas para el desarrollo de la actividad turística: infraestructura, organización, capacitación, planta turística, mercadeo, planificación y gestión ambiental. • Se menciona la necesidad de un campo ferial en Turrialba.
Feria Internacional del CATIE	Evento organizado por el CATIE (Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza) anualmente, con el propósito de proyectarse a las comunidades apoyando instituciones sociales y facilitando el intercambio cultural. Es un evento único para la familia y un espacio para aprender y compartir con los amigos.	<ul style="list-style-type: none"> • Este tipo de eventos propicia la visitación al cantón, generando clientes para hoteles, restaurantes, pequeños emprendimientos y otras actividades relacionadas con la actividad turística. • Oportunidad de enlazar actividades turísticas complementarias a la feria. • Resalta la ventaja de tener un campus grande en donde es posible realizar ferias de gran envergadura.

Expo Feria del Queso	<p>“Esta feria es organizada por la Asociación para el Fomento de la Industria Láctea de Santa Cruz (ASOPROFOLAC) que está integrada por productores de queso artesanal de la zona. Cabe destacar que en Santa Cruz el 96% de las actividades comerciales están dedicadas a la elaboración de productos lácteos, es decir que la población del distrito depende de esta actividad productiva y con esta feria se benefician más de 550 productores del cantón de Turrialba.” (Sicultura, 2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de convocatoria que tiene este tipo de eventos masivos. • Destaca la necesidad de un campo ferial para ofrecer los diferentes productos de la zona. • Posibilidad de enlazar este tipo de eventos con promociones turísticas para incentivar una mayor visitación al cantón. • Muchos productos solo alcanzan gran exposición una vez al año en esta feria, pues las fincas productoras se encuentran en sitios de difícil acceso para el consumidor final.
Ruta del Queso	<p>Esta propuesta se centró en “analizar las características generales del turismo rural, el agroturismo y las rutas alimentarias, así como la manera en que esos conceptos pueden aplicarse en un territorio específico, para potenciar procesos y productos con identidad, como es el caso del Queso Turrialba en Costa Rica” (Blanco y Riveros, 2004).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No ha sido posible implementarla. • Dificultad para organizar a los dueños de fincas privadas para realizar una actividad en común. • Falta de personal que se haga cargo de la organización. • Necesidad de contar con los recursos económicos necesarios para poder desarrollar un proyecto turístico. • División interna en la organización, conflicto de intereses de las partes.
Finca la Florita	<p>Trabajo Final de Graduación que buscó “aportar al desarrollo de la oferta agroturística de una propiedad en específico a través de una profunda evaluación de la calidad de los servicios turísticos brindados por la misma, utilizando un abordaje que se enfoca tanto en la percepción del propietario, como en la del visitante.” (Zomkowski, 2007).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El agroturismo es una actividad complementaria que funciona y se convierte en réditos económicos para las fincas que lo implementan. • Resalta los beneficios de trabajar en conjunto con agencias de viajes y tour operadores en cuanto a logística, promoción y mercadeo de los productos turísticos ofrecidos por las fincas.

<p>Tour Místico Nocturno Guayabo</p>	<p>De acuerdo con Elizabeth Corrales Esquivel (2020) el Tour Místico Nocturno Guayabo, es algo que se realiza todos los años durante el mes de octubre desde hace 10 años. Consiste en un recorrido por el Monumento Nacional Guayabo donde se expone a los visitantes, tanto nacionales como extranjeros, historias tradicionales de los indígenas autóctonos del lugar en un recorrido nocturno, con el fin de rescatar la importancia de nuestras raíces culturales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los tours nocturnos son atractivos importantes para las personas que trabajan durante el día y que solamente tienen las horas de la noche para realizar actividades de ocio y recreación. • Los tours nocturnos promueven la pernoctación de los visitantes en los hoteles locales. • Resalta la importancia de generar más opciones de actividades nocturnas para los visitantes. • Resaltar la importancia del componente cultural de Turrialba, al ser un cantón en el que conviven poblaciones indígenas con no indígenas.
<p>Plan de Desarrollo Rural del Territorio Turrialba – Jiménez</p>	<p>Documento fue elaborado por el Instituto de Desarrollo Rural (INDER), y “es el instrumento rector de la Planeación y Gestión del Desarrollo del Territorio, de conformidad con lo establecido en el artículo No. 13 de la Ley 9036, transformación del Instituto de Desarrollo Agrario (IDA) en Instituto de Desarrollo Rural (INDER).” (Instituto de Desarrollo Rural, 2015).</p> <p>El objetivo principal de este trabajo fue “estimular las potencialidades del territorio en las diferentes dimensiones del desarrollo en donde se fomente una mejora en la calidad de vida de las personas del Territorio Turrialba – Jiménez orientando las acciones del sector público, empresa privada, gobierno local y sociedad civil implicado de acuerdo con las necesidades del territorio.” (INDER, 2015).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Resalta el alto atractivo turístico de la zona y el alto potencial agroecoturístico. • Destaca como debilidades el débil manejo del turismo rural y el poco desarrollo turístico del territorio. • Alto interés por los atractivos de turismo cultural, científico y recreativo. • Menciona que la llegada de cruceros y turistas al puerto de Limón aún no ha sido aprovechados en su potencial real. • Se menciona nuevamente la importancia de la construcción de un campo ferial en el Territorio Turrialba – Jiménez para comercializar productos de la zona. • Se menciona la importancia que tendría la implementación de la Ruta del Queso.

Plan Estratégico Municipal	<p>Se deriva de un proceso iniciado desde el año 2012 para desarrollar herramientas metodológicas que permitan la apropiación de los procesos de planificación participativa del desarrollo humano local en el cantón. El producto de este instrumento de planificación “procura conformar un plan que brindará apoyo a quienes deban asumir la responsabilidad técnica de presupuesto y programación, orientará a los operadores municipales y públicos con presencia local sobre el seguimiento de las acciones por el desarrollo humano cantonal, así como brindar herramientas para fortalecer la participación ciudadana en el quehacer de sus representantes locales y aportará criterios y herramientas para la evaluación de resultados a nivel municipal y cantonal.” (Municipalidad de Turrialba, 2016).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de potenciar el turismo que propicie el emprendedurismo y la generación de valor agregado para el cantón. • Necesidad de un plan de desarrollo turístico, promoción y planificación estratégica del turismo en Turrialba. • Importancia de capacitar a la población en temas turísticos. • Falta de una Oficina de Promoción Turística.
----------------------------	--	--

Fuente: Elaboración del autor, 2020.

Delimitación del problema



Figura 2. Los bosques y el sector agropecuario. Atractivos turísticos del cantón de Turrialba.

Fuente: Fotografía tomada por el autor, 2021.

Alcances de la investigación

Por medio del desarrollo de esta estrategia será posible proponer acciones específicas orientadas a que se logre la reactivación turística por parte de la Cámara de Turismo de Turrialba (CATUR). Así como, sugerir lineamientos para facilitar el posicionamiento del turismo a nivel nacional e internacional, dando a conocer los atractivos turísticos del cantón y las empresas que forman parte de dicha organización.

Esta estrategia se realizará durante los meses de recesión turística y económica, de manera que su producto final esté listo para ser presentado en el segundo semestre del año 2021. De esta forma la CATUR y el sector turístico turrialbeño pueden empezar a desarrollar los lineamientos propuestos para reactivar el turismo antes de la próxima temporada alta de turismo en el país, luego de la crisis y afectación generadas por la pandemia del COVID-19.

En cuanto al resultado final de la estrategia su alcance geográfico es el cantón de Turrialba, incluyendo sus 12 distritos. Aunque podría llegar a ser replicada por otras organizaciones de naturaleza similar, de acuerdo al éxito que tenga la misma una vez sea evaluada e implementada. Con respecto al alcance de acción, la presente investigación se limita a la formulación de la estrategia, por tanto, la CATUR y otros actores claves involucrados deberán buscar los fondos para poder llevar a cabo los lineamientos planteados, así como implementar la estrategia una vez concluida.

Limitaciones de la investigación

Esta Estrategia de Reactivación Turística se realiza con la colaboración de la Cámara de Turismo de Turrialba, incluyendo a sus asociados. Aunque el estudio se hace de forma integral considerando el sistema de atractivos turísticos actuales y potenciales de todo el cantón.

Un aspecto que no puede dejar de considerarse como una limitación a nivel general, es la incertidumbre que existe actualmente en torno a qué va a pasar con la economía del país y la actividad turística en general en Costa Rica. Aún no es claro lo que sucederá luego de la pandemia del COVID-19, así como la falta de información que tienen las autoridades de salud a nivel mundial sobre este virus hace pensar que el turismo internacional tomará más tiempo para recuperarse. Ya que desafortunadamente esta pandemia es muy diferente a cualquier otra, como por ejemplo la pandemia de la Influenza A (H1N1) en el año 2009, más conocida como la Gripe Porcina; en la que Costa Rica no se vio afectada seriamente en el pasado. Lo que constituye un escenario sin precedentes para el país.

Este trabajo final de graduación se limita a proponer lineamientos para la Estrategia de Reactivación Turística, pos pandemia del COVID-19, la implementación se deberá a llevar a cabo por parte de actores clave en el cantón, por ejemplo, la Cámara de Turismo de Turrialba. Por medio del proyecto, se busca identificar cuál es la mejor forma de fortalecer el sistema turístico en el cantón de Turrialba.

Los resultados de esta investigación podrán ser utilizados por la CATUR y sus empresas afiliadas, así como otros actores clave del sistema turístico como el sector académico o el gobierno local. Además, podría llegar a servir como insumo para iniciativas similares por parte de otras cámaras de turismo nacionales.

Planteamiento del problema

A inicios del mes de marzo del año 2020 se confirmó en Costa Rica el primer caso positivo por COVID-19, hecho que marcó oficialmente la llegada de la pandemia al país, provocando una crisis generalizada en la economía que a su vez ha desencadenado una crisis muy fuerte en el sector turístico costarricense.

Debido a la fuerte dependencia de la economía de Costa Rica a la generación económica que produce el turismo, en mayor medida el turismo internacional pero también el turismo nacional, el país se ha visto fuertemente afectado en cuanto a la generación de divisas. Aunque poco a poco se ha vuelto a reactivar la economía, con la aprobación de protocolos que garanticen la seguridad de las personas, el turismo sigue siendo uno de los sectores más afectados en Costa Rica por la pandemia generada por el COVID-19.

Desde el inicio del confinamiento los sitios turísticos del país se han dedicado a buscar soluciones innovadoras para tratar de reactivar la economía del turismo tan pronto vuelva a ser seguro vacacionar. Muchas de las distintas organizaciones dedicadas al turismo, e incluso las mismas empresas turísticas, se encuentran buscando la mejor forma de lograr captar turismo nacional durante los meses en los que la visitación de turismo internacional se verá severamente reducido por el temor de los turistas extranjeros de viajar a otros países, o incluso a pasar muchas horas en un avión.

Es por estas razones que el presente Trabajo Final de Graduación viene a aportar, desde la perspectiva de la academia, una Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19, que incluya acciones específicas sobre cómo desarrollar proyectos que aporten a un mejor posicionamiento del turismo en Turrialba a nivel nacional e internacional.

Objetivo general

Generar una Estrategia de Reactivación Turística pos pandemia del COVID-19 que establezca los pasos a seguir por la Cámara de Turismo de Turrialba para incentivar la reactivación económica de las micro, pequeñas y medianas empresas de turismo del cantón.

Objetivos específicos

- Elaborar un diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba, incluyendo atractivos, planta turística, infraestructura, superestructura; así como la oferta de servicios de hospedaje y alimentación.
- Definir las ventajas competitivas del cantón para utilizarlas como agentes diferenciadores en cuanto a la oferta turística nacional.
- Determinar cuál o cuales son las poblaciones meta a las que irá dirigida la promoción turística por parte de la CATUR.
- Identificar el origen de los problemas que enfrenta el sector turismo en el cantón de Turrialba.

Preguntas de investigación

¿Qué elementos contiene una estrategia de reactivación turística?

¿Cómo se elabora una estrategia de reactivación turística y qué se necesita para llevarla a cabo?

¿Cuáles han sido los efectos de la crisis generada por la pandemia del COVID-19 en el sector turismo que se desarrollan en el cantón de Turrialba?

¿Existen actualmente otras propuestas que busquen el beneficio del sector turismo en Turrialba luego de la crisis del COVID-19?

¿Cuáles son los principales atractivos turísticos que existen en el cantón de Turrialba?

¿Cuál ha sido la demanda histórica de esos atractivos turísticos por parte de los visitantes?

¿Cuál es la población que más visita los atractivos turísticos que ofrecen las empresas integrantes de la CATUR?

¿Cuál es la población meta a la que se quiere dirigir la promoción turística?

¿Se realiza algún tipo de promoción de Turrialba como destino turístico por parte de CATUR o de los empresarios turísticos actualmente?

¿Cuales han sido los principales medios por los cuales la CATUR ha realizado promoción turística en años anteriores?

¿Han sido efectivos esos medios?

¿Qué motiva a las empresas turísticas del cantón de Turrialba a formar parte de la CATUR?

¿Qué beneficios recibe una empresa turística al afiliarse a la CATUR?

¿Cómo se puede mejorar la participación y afiliación de más empresas turísticas a la CATUR?

¿Cómo se puede medir el impacto de la promoción turística para la temporada 2021 con respecto a años anteriores?

Además de promoción turística, ¿qué otras necesidades tiene actualmente la CATUR?

CAPITULO II



Figura 3. Edificio de la Asociación de Desarrollo Indígena de Grano de Oro, Turrialba.

Fuente: Fotografía tomada por el autor, 2021.

Marco teórico

Brote pandémico de COVID-19

Desde inicios del año 2020 el mundo se está viendo gravemente afectado por la crisis generada por el más reciente brote pandémico del COVID-19, que ha ido más allá del tema económico o financiero. En palabras de Antonio Guterres, Secretario General de las Naciones Unidas (ONU), “esta no es una crisis financiera, es una crisis humana... se trata de la mayor debacle observada desde la Segunda Guerra Mundial. (ONU, 2020).

De acuerdo con la OMS (2020), los coronavirus son una extensa familia de virus que pueden causar enfermedades tanto en animales como en humanos. En los humanos, se sabe que varios coronavirus causan infecciones respiratorias que pueden ir desde el resfriado común hasta enfermedades más graves como el Síndrome Respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SRAS). El coronavirus que recién se ha descubierto causa la enfermedad por coronavirus COVID-19, que es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto el nuevo virus como la enfermedad eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019.”

El turismo como generador de bienestar económico

Desde inicios de la década de los noventa, Costa Rica se ha posicionado a nivel mundial como un destino turístico por excelencia para diversos mercados internacionales. El turismo se ha establecido como la actividad que más divisas le genera al Estado costarricense, gracias a diversos factores como su estabilidad política, el hecho de no tener ejército, su distribución geográfica con playas, montañas, bosques y una gran variedad de microclimas; además de la infraestructura turística de hospedaje, transporte y alimentación que posee el país.

“El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo.” (OMT, 2020). Pero ante situaciones externas adversas como una crisis, las personas se enfocan en cubrir sus necesidades básicas, y las actividades recreativas, como el turismo, pasan a un segundo plano debido a la incertidumbre de qué pasará después de la crisis o situación que amenaza las posibilidades de viajar por placer.

Gestión de crisis en turismo

Normalmente “se suele pensar en las crisis como una circunstancia negativa que solo viene a causarnos problemas; y por el contrario, la crisis no es más que una oportunidad de cambio y evolución. Es cierto que irrumpe en nuestra cotidianeidad y nos desestabiliza, pero son situaciones necesarias de atravesar para convertirnos en mejores personas, mejores empresas, mejores organizaciones, mejores gobiernos, mejores destinos turísticos.” (Ledhesma y Rivas, 2017).

La RAE define crisis como un “cambio profundo y de consecuencias importantes en un proceso o una situación, o en la manera en que éstos son apreciados” (RAE, 2019). Es por esto que se puede afirmar que la pandemia del COVID-19 es una crisis que afecta no solamente una actividad en específico, sino que la afectación generada a la salud de la población mundial impacta tanto a la economía mundial, como a las economías locales. Y especialmente a las economías dependientes de una actividad que no es básica, como lo es el turismo.

Reactivación turística

De acuerdo con Simancas, Hernández, y Padrón (2020) claramente estamos viviendo una situación única que nadie se esperaba y para la que no se habían contemplado posibles medidas. No existían planes de crisis previos al respecto y toda medida que se está llevando a cabo es de carácter reactivo, no proactivo.

Como ha dicho la OMT desde el inicio de la crisis, “los Gobiernos tienen el deber de anteponer la salud de sus ciudadanos. Sin embargo, tienen también la responsabilidad de proteger la actividad empresarial y el empleo. Durante demasiado tiempo, y en demasiados lugares, la balanza se ha decantado claramente por lo primero. Y ahora estamos pagando el precio. No tiene que ser así. Como sector, el turismo tiene una larga trayectoria demostrando su capacidad de adaptarse y hacer frente a los retos.” (OMT, 2020).

Promoción turística

De acuerdo con Gurría Di Bella (1991) el producto turístico, o sea la oferta, es la suma de los atractivos y servicios estructurados conforme la demanda real o potencial. De esto se deriva un proceso de comercialización muy complejo, ya que el producto turístico se consume en el momento que se produce, por lo tanto, como sucede con casi todos los servicios, el cliente debe trasladarse al lugar donde será producido o consumido. El producto turístico no puede enviarse ni adquirirse en un almacén para usarlo después.

A continuación, se presenta un cuadro que resume las posturas teóricas de diversos autores con respecto a cuatro áreas principales: El turismo como generador de bienestar económico, gestión de crisis en turismo, reactivación turística y promoción turística. El Anexo III del presente documento contiene información más detallada sobre las distintas posturas teóricas relevantes sobre las cuales se desarrolla esta investigación.

Cuadro 2. Resumen de posturas teóricas.

<p>El turismo como generador de bienestar económico.</p>	<p>El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define turismo como la “actividad o hecho de viajar por placer.” (RAE, 2019). De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo especializado de las Naciones Unidas, “durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.” (OMT, 2020).</p> <p>“El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo.” (OMT, 2020).</p> <p>En palabras de Antonio Guterres, Secretario General de las Naciones Unidas, “el turismo es uno de los sectores económicos más importantes del mundo, ya que proporciona medios de vida a cientos de millones de personas, al tiempo que impulsa las economías, permite que los países prosperen, y permite que las personas experimenten algunas de las riquezas culturales y naturales del mundo y acerca a los pueblos entre sí, poniendo de relieve nuestra humanidad común.” (OMT, 2020).</p>
<p>Gestión de crisis en turismo.</p>	<p>Normalmente “se suele pensar en las crisis como una circunstancia negativa que solo viene a causarnos problemas; y por el contrario, la crisis no es más que una oportunidad de cambio y evolución. Es cierto que irrumpe en nuestra cotidianeidad y nos desestabiliza, pero son situaciones necesarias de atravesar para convertirnos en mejores personas, mejores empresas, mejores organizaciones, mejores gobiernos, mejores destinos turísticos.” (Ledhesma y Rivas, 2017).</p> <p>La RAE define crisis como un “cambio profundo y de consecuencias importantes en un proceso o una situación, o en la manera en que éstos son apreciados” (RAE, 2019). Es por esto que se puede afirmar que la pandemia del COVID-19 es una crisis que afecta no solamente una actividad en específico, sino que la afectación generada a la salud de la población mundial impacta tanto a la economía mundial, como a las economías locales. Y especialmente a las economías dependientes de una actividad que no es básica, como lo es el turismo.</p> <p>En cuanto a la afectación del turismo a nivel mundial a raíz del nuevo brote de COVID-19, “la OMT ha difundido un conjunto de recomendaciones que piden un apoyo urgente y firme para ayudar al sector turístico mundial no solo a recuperarse del reto sin precedentes de la COVID-19, sino a «volver mejor al crecimiento». Las recomendaciones son el primer resultado del Comité Mundial de Crisis para el Turismo, constituido por la OMT con representantes de alto nivel del turismo y del sistema de las Naciones Unidas en su conjunto.” (OMT, 2020).</p>

	<p>De acuerdo con Ledhesma y Rivas (2017), crisis es toda oportunidad de cambio y evolución que irrumpe en nuestra rutina de manera imprevista, lo que implica desestabilización e incertidumbre, y urgencia en el actuar. La crisis puede ser vista como un mal, pero en todo caso sería “un mal necesario”, un proceso por el que todos los seres humanos y todas las organizaciones debemos pasar para crecer, para madurar.</p>
Reactivación turística.	<p>De acuerdo con Simancas, Hernández, y Padrón (2020) claramente estamos viviendo una situación única que nadie se esperaba y para la que no se habían contemplado posibles medidas. No existían planes de crisis previos al respecto y toda medida que se está llevando a cabo es de carácter reactivo, no proactivo.</p> <p>Lamentablemente para el sector turístico, este ha sido uno de los sectores más afectados por la crisis generada por el COVID-19 y, de acuerdo con la OMT (2020), ningún país ha quedado ileso, ya que de una forma u otra las restricciones en los viajes y la caída repentina de la demanda de los consumidores ha provocado un desplome sin precedentes del número de turistas internacionales.</p> <p>Además, de acuerdo con la OMT (2020) en todas partes, la ciudadanía ha aprendido ya a conducirse de manera responsable. Las empresas y los servicios han instaurado protocolos y han adaptado sus actividades. Por lo que ahora es el mejor momento para que los Gobiernos tomen las decisiones políticas necesarias a fin de cerrar las brechas para que podamos avanzar todos juntos.</p> <p>En palabras del Secretario General de las Naciones Unidas, Antonio Guterres, "es imperativo que reconstruyamos el sector turístico de manera segura, equitativa y respetuosa con el clima y así asegurarnos de que el turismo recupere su posición como proveedor de empleos decentes, ingresos estables y la protección de nuestro patrimonio cultural y natural." (OMT, 2020).</p>
Promoción turística.	<p>De acuerdo con Gurría Di Bella (1991) el producto turístico, o sea la oferta, es la suma de los atractivos y servicios estructurados conforme la demanda real o potencial. De esto se deriva un proceso de comercialización muy complejo, ya que el producto turístico se consume en el momento que se produce, por lo tanto, como sucede con casi todos los servicios, el cliente debe trasladarse al lugar donde será producido o consumido. El producto turístico no puede enviarse ni adquirirse en un almacén para usarlo después.</p> <p>“Para comprender el proceso del <i>marketing</i>, es conveniente tener en cuenta los elementos o factores que intervienen, junta o separadamente, y que cada uno de ellos es en sí un proceso.” (Gurría Di Bella, 1991). Estos factores son: precio, investigación de mercado, publicidad, distribución, promoción de ventas, ventas y relaciones públicas.</p> <p>Gurría Di Bella (1991) establece que una vez que se tiene un producto, y que existe un posible mercado para ese producto, en el sentido de que en algún lugar hay consumidores del mismo, es indispensable darlo a conocer. Nadie puede consumir lo que no conoce, por eso será necesario dar a conocer los atractivos y servicios turísticos al mayor número de personas que estén en posibilidades de usarlos, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información en forma eficaz.</p>

	<p>Simancas, Hernández, y Padrón (2020) sugiere que la pandemia del COVID-19, con la consiguiente recesión económica, nos deja un panorama que obliga a gestionar la escasez. Pues en efecto, ya no se trata de gestionar la abundancia: todo cambió súbitamente. Ya los destinos no se llenarán solos: habrá que esforzarse mucho más y poner en juego todas nuestras capacidades. Especialmente en el periodo pre-vacuna, notaremos la escasez de turistas, de información, de confianza y de liquidez.</p> <p>“Los comportamientos endogámicos serán también parte del legado del COVID-19 en esta fase, con llamamientos (e incluso estímulos económicos) a hacer turismo dentro de la propia región y hasta provincia; así como al anuncio de redoblados esfuerzos públicos en materia de promoción. En un mercado con una demanda limitada, cuantitativa y cualitativamente, la competencia por atraer clientela será desesperada, con un riesgo evidente de entrar en una espiral de caída de precios para, al menos, generar movimiento y una cierta sensación de normalidad, aunque no rentabilidad.” (Simancas, Hernández y Padrón, 2020).</p>
--	--

Fuente: Elaboración del autor, 2020.

CAPITULO III

Metodología

La selección del presente tema de investigación se dio debido a la crisis mundial que se vive en los años 2020 y 2021, la cual ha dejado al sector turismo como uno de los sectores más afectados a nivel global. La posibilidad de colaborar con el desarrollo de una estrategia de reactivación turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, presentó al investigador y la academia una excelente oportunidad para apoyar el desarrollo económico y social de este cantón desde la academia.

Luego de elegir el tema, el investigador redactó el objetivo general y específicos, que se presentan en la siguiente figura, así como las preguntas de investigación para iniciar a darle forma al anteproyecto de la presente estrategia. Una vez concluido el anteproyecto, y con la aprobación tanto de la comisión evaluadora de la Maestría Interdisciplinaria en Gestión Ambiental y Ecoturismo como del profesor tutor y los dos lectores, el investigador se reunió de forma virtual con el tribunal asesor para recibir retroalimentación sobre sus ideas de cómo desarrollar la investigación.

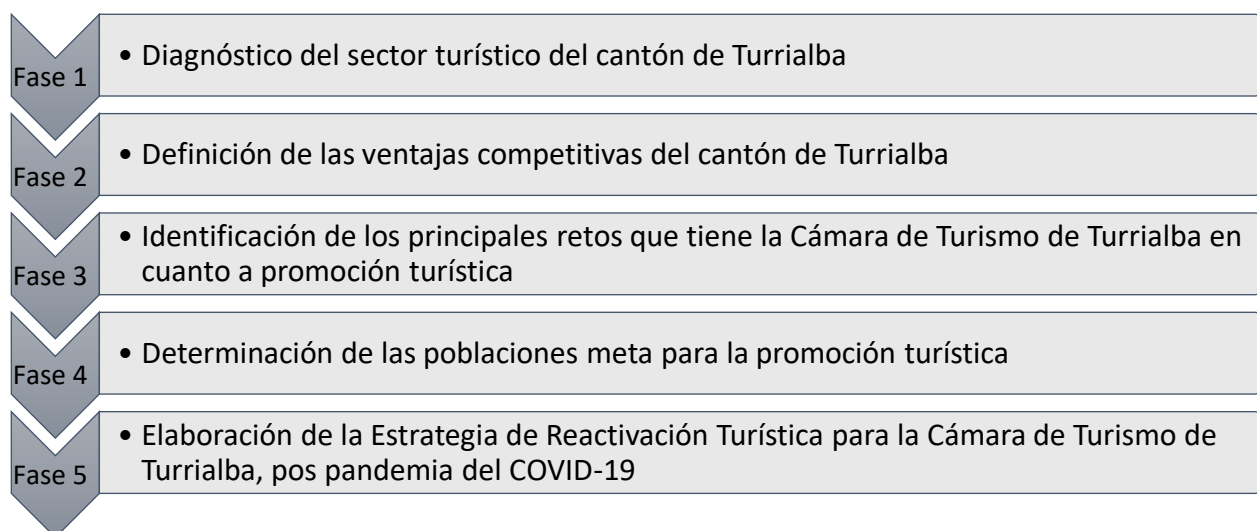


Figura 4. Metodología de la investigación.

Fuente: Elaboración del autor, 2020.

Debido a que este es un trabajo teórico-práctico, las principales fuentes de datos utilizadas fueron fuentes primarias, como lo es el caso de la reuniones y conversaciones telefónicas con actores clave como la Presidenta de la CATUR y los diferentes miembros de esta organización. Además, se utilizaron fuentes de información secundaria como documentos elaborados por la Municipalidad de Turrialba, el INDER, el CATIE, entre otras. Lo que permitió cumplir con los objetivos de investigación planteados.

Técnicas utilizadas

Con respecto a las técnicas utilizadas para recopilar la información, la entrevista semiestructurada, los talleres participativos y los grupos focales fueron las técnicas elegidas para poder tener un mejor acceso a la información que proviene de diferentes tomadores de decisiones.

En cuanto a los antecedentes, el investigador hizo una selección de las iniciativas o eventos turísticos más significativos y representativos que ya se habían desarrollado o que se desarrollan en el cantón de Turrialba. Además de la revisión bibliográfica, el investigador se tomó el tiempo de consultar a los organizadores o encargados de dichas iniciativas sobre el estado actual de estas actividades para determinar cuál era la mejor forma de incluir los antecedentes dentro de la Estrategia de Reactivación Turística.

Actores clave entrevistados

De esta manera, el investigador logró obtener información directamente de los siguientes actores clave:

- César Gómez: Plan Desarrollo Turístico de Unidad Valle Central – Sector Cartago
- Juan Carlos Ramírez: Feria Internacional del CATIE
- Marvin Blanco: La Ruta del Queso
- Carla Gómez: Finca La Florita, Santa Cruz de Turrialba

- Elizabeth Corrales: Tour Místico Nocturno Guayabo
- Laura Mora: Plan de Desarrollo Rural del Territorio Turrialba – Jiménez
- Junta Directiva de la CATUR:
 - o Presidenta: Ida Herrera
 - o Vicepresidente: César Gómez
 - o Fiscal: José Coto
 - o Secretaria: Ana María García
 - o Tesorera: Jennifer Cordero
 - o Vocal 1: Gustavo Obando
 - o Vocal 2: Kenneth Mata
- María Fernanda Serrano: Encargada de Alojamiento del CATIE
- Lisa Erb: Gerente de Rancho Naturalista
- Milagro Rowe: Vice-Alcaldesa de Turrialba
- Rodolfo Tenorio: Administrador del Monumento Nacional Guayabo
- Anabelle Solano: Propietaria de Bella Vista Ranch
- Georgina Ureña: Unidad de Administración de la Información del ICT
- Julio César Gamboa, Gestor Local del Plan de Gestión Integral del Destino Turístico
- Ángela Segura Rodríguez: Propietaria Hotel Ladera

Matriz de accesibilidad del cantón de Turrialba

También, como parte del proyecto, el investigador elaboró una matriz de accesibilidad al cantón de Turrialba en la que se analiza y compara la distancia en kilómetros y el tiempo aproximado de viaje en horas y minutos desde diferentes puntos de las siete provincias del país, a través de una ruta principal y también de una ruta secundaria, que permite hacer un viaje mucho más diverso sin tener que volver por el mismo lugar en el que se ingresó. Esto, luego de consultar a los integrantes de la Junta Directiva de la Cámara de Turismo de Turrialba, que además muchos de ellos son propietarios de establecimientos turísticos.

Las distancias analizadas son en función de la ubicación geográfica de los cantones mencionados en la matriz de cada una de las siete provincias para incluir el cantón que estuviera: a) más cercano, b) a una distancia media y c) más lejano; con respecto a la ubicación geográfica de Turrialba. Para cada provincia se hizo la elección de tres cantones, a excepción de la provincia de San José, en donde fueron tomados en cuenta 5 cantones.

También resulta necesario mencionar que el investigador realizó la búsqueda de los siguientes datos:

- Participación del turismo en la economía del cantón de Turrialba
- Datos de ocupación turística o visitación a lugares turísticos de la zona
- Cantidad y diversidad de servicios turísticos en Turrialba

La información obtenida sobre los puntos anteriores provino de las siguientes fuentes: la señora Georgina Ureña, representante de la Unidad de Administración de la Información del ICT; así como Julio César Gamboa, Gestor Local del Plan de Gestión Integral del Destino Turístico, que actúa como enlace entre la CATUR y el ICT.

Definición del problema de investigación:

El problema se identificó, luego de hacer un sondeo preliminar en la zona con varios empresarios turísticos, mencionados en la lista anterior, además de participar en una reunión con Ida Herrera Rodríguez, actual presidenta de la CATUR, quien aseguró que el turismo en Turrialba se vio severamente afectado por la crisis del COVID-19 debido al cierre total de fronteras generado por la pandemia, la “temporada cero” que esto generó, la orden de distanciamiento social girada por el Gobierno de Costa Rica; así como las ordenes de cierre de establecimientos comerciales por parte del Ministerio de Salud de Costa Rica. Herrera (2020) indica, además, que cualquier tipo de ayuda es necesaria en la CATUR, debido a que esta organización tiene muchas necesidades de personal humano para poder implementar nuevas iniciativas desde la cámara.

Luego de identificar los problemas y necesidades que tiene la CATUR fue posible determinar que la afectación al turismo debido al brote del COVID-19 puede ser aprovechada como una oportunidad para reinventar la forma en la que se hacía promoción turística anteriormente por parte de la Cámara de Turismo de Turrialba, lo que eventualmente podría lograr colocar al cantón de Turrialba entre los destinos turísticos que más rápido se puedan recuperar después de la pandemia del COVID-19. Esto se logró con la utilización de la herramienta de identificación de problemas conocida como Árbol de Problemas, que permite identificar y ponderar los problemas principales para definir el problema principal, sus causas y consecuencias; para luego generar soluciones eficaces y reales a los problemas identificados.

A continuación, se detallan uno por uno los procesos mediante los cuales se recopiló la información para lograr hacer una Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba:

Fase 1: Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba

Para realizar el diagnóstico del sector turístico del cantón Turrialbeño, el investigador utilizó técnicas como entrevistas semiestructuradas, grupos focales e información secundaria facilitada por el Departamento de Patentes de la Municipalidad de Turrialba, a través de la Cámara de Turismo de Turrialba.

Este departamento municipal había realizado un inventario turístico en el año 2019, el cual fue facilitado para la presente investigación y refleja los datos más actualizados de la planta turística de Turrialba, incluyendo sus 12 distritos, antes de la llegada de la pandemia a inicios del año 2020.

Para poder hacer un análisis objetivo y completo de la oferta de servicios de hospedaje y alimentación ofrecidos en el cantón de Turrialba el investigador utilizó la base de datos del Departamento de Patentes de la Municipalidad de Turrialba, en donde se incluyen

todos los servicios de hospedaje, así como todos los servicios catalogados como restaurantes y similares.

El análisis se hizo desde el punto de vista de la ubicación, por distrito, de los diferentes establecimientos de hospedaje y alimentación según su tipo. Con respecto al hospedaje los tipos son: cabina, hostel, albergue (bed & breakfast) y hotel. Mientras que los tipos de establecimientos de alimentación son: soda, restaurante, bar y restaurante de hotel.

Para recopilar la información se visitaron un total de 22 servicios de hospedaje de los distritos más cercanos al centro de Turrialba durante las semanas del 21 de setiembre al 2 de octubre del año 2020. Complementariamente a las giras, el investigador realizó un total de 17 llamadas telefónicas a los establecimientos que se encuentran en distritos más retirados del centro del cantón durante el mismo periodo. Además, se realizaron tres reuniones virtuales con los miembros de la Junta Directiva de la CATUR para validar la información obtenida.



Figura 5. Hoteles Casa Turire, Casa de Lis y Wagelia.

Fuente: Fotografías tomadas por el autor, 2021.

Luego de concluir el diagnóstico se utilizó la técnica de Árbol de Problemas para determinar las causas y los efectos de la crisis del sector turismo en el cantón de Turrialba.

Fase 2: Definición de las ventajas competitivas del cantón de Turrialba

Las ventajas competitivas del cantón de Turrialba se definieron utilizando información base de la etapa de diagnóstico y con insumos de una serie de cuatro reuniones tipo taller participativo, de forma presencial, llevadas a cabo con la organización por parte de la Junta Directiva de la CATUR durante los días jueves 14, 21 y 28 de mayo del año 2021, así como el jueves 4 de junio del año 2020. Estos talleres se realizaron en el Turrialba Bed & Breakfast y contaron con representación y participación de varios asociados de CATUR. Algunos de ellos participaron de forma virtual, debido a las restricciones de aforo del espacio y a que algunas de estas personas tienen factores de riesgo para su salud y debían evitar salir de sus hogares.

El motivo de estas reuniones era definir una estrategia de mercadeo digital para la CATUR para poder lanzarla el 1 de julio de 2020, con motivo de la reapertura gradual de los establecimientos turísticos al turismo nacional. En estas reuniones se tomó en cuenta la opinión de los miembros de la cámara que estuvieron presentes para poder tomar decisiones y definir cuáles son las ventajas competitivas del cantón de Turrialba.

Fase 3: Identificación de los principales retos que tiene la Cámara de Turismo de Turrialba en cuanto a promoción turística

Para lograr identificar los principales retos que ha tenido la CATUR históricamente para hacer promoción turística se realizaron reuniones de forma virtual y presencial con los miembros de la Junta Directiva de la cámara para hacer un análisis de los esfuerzos que se han hecho anteriormente y de los resultados obtenidos en el pasado.

En estas reuniones se elaboró un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) sobre la promoción turística actual que hace la Cámara de Turismo de Turrialba. Uno de los objetivos del proceso fue establecer cuáles son los principales retos que no le permiten a la CATUR hacer una adecuada promoción turística en la actualidad permitió identificar acciones específicas para superar esos obstáculos.

Fase 4: Determinación de las poblaciones meta para la promoción turística

La identificación de las poblaciones meta se llevó a cabo en las reuniones tipo taller participativo mencionadas anteriormente en la Fase 3.

Para esta Fase también se contó con la participación de la Junta Directiva de la CATUR así como de varios asociados a la cámara. El objetivo fue determinar a quién dirigir los esfuerzos de promoción de Turrialba como destino turístico. En este taller se hizo una lista de todas las actividades que los visitantes o turistas pueden realizar en Turrialba. Luego se procedió a agrupar las actividades de acuerdo a sus características y asociarlas con el tipo de visitante o turista que generalmente realiza ese tipo de actividades.

Fase 5: Elaboración de la Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19

En siguiente Figura es posible apreciar la estructura de tres pasos propuesta en esta investigación para desarrollar la Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba.

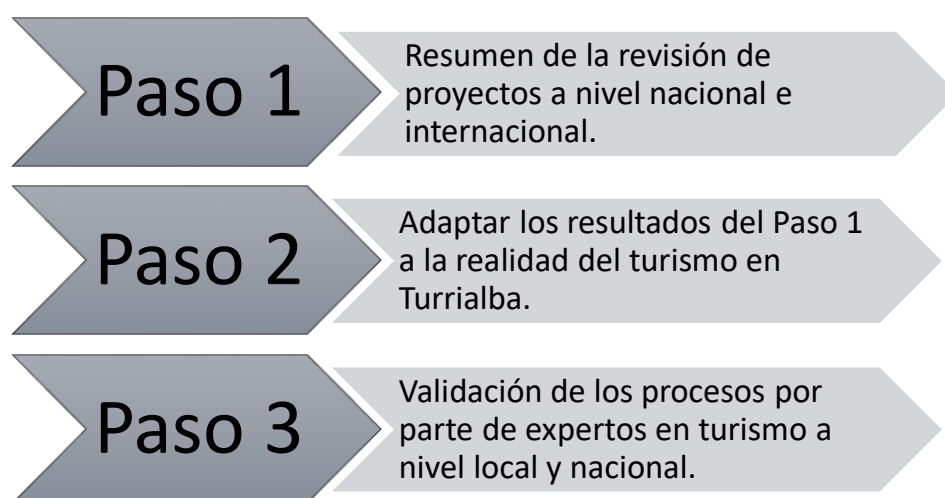


Figura 6. Fases de la metodología.

Fuente: Elaboración del autor, 2020.

Con respecto al desarrollo cada una de estas fases:

Paso 1: Resumen de la revisión de proyectos a nivel nacional e internacional.

Luego de una extensa revisión bibliográfica de proyectos relacionados a la planeación turística y propuestas de reactivación turística a nivel nacional desarrolladas por el ICT, y a nivel internacional desarrolladas por la OMT y diversos autores nacionales e internacionales, se hace un resumen de las diferentes metodologías utilizadas y enfoques de planificación turística en diversas partes del mundo.

Instituciones como por ejemplo el Instituto Costarricense de Turismo, la Autoridad de Turismo de Panamá, e incluso la Organización Mundial del Turismo desarrollaron planes de reactivación turística que también fueron tomados en cuenta. Así como algunas teorías de planificación turística que incluyen “modelos sistémicos propuestos por diversos autores para su manejo en la planificación...” (Osorio, 2006).

También se revisó la iniciativa local llevada a cabo por parte de la Comisión de Enlace Monteverde 2020, una comisión interinstitucional que se creó en marzo de 2020 para identificar las necesidades de las personas afectadas por COVID-19 con el propósito de buscar soluciones en conjunto que beneficien a la población de Monteverde.

Paso 2: Adaptar los resultados del Paso 1 a la realidad del turismo en Turrialba.

Una vez seleccionados los modelos de planificación turística y metodologías para la reactivación turística en diversas partes del mundo, fue posible hacer un análisis más detallado de estos procesos para poder adaptarlos a la realidad de la CATUR. De esta forma se pudo adaptar una metodología a la medida de las necesidades de la cámara para reactivar el turismo en el cantón de Turrialba.

Esto se logró principalmente gracias al análisis de resultados de dos encuestas, la primera elaborada y aplicada por el ICT en el año 2018 llamada “Hábitos vacacionales del costarricense 2018” y la segunda elaborada y aplicada por la CATUR en el año 2020 llamada “Estudio sobre el público meta para el turismo nacional en Turrialba 2020”.

Paso 3: Validación de los procesos por parte de expertos en turismo a nivel local y nacional.

Una vez procesada toda la información y adaptada a las necesidades de la CATUR, fue posible exponer esa información a expertos en turismo, tanto a nivel local por medio de hoteleros y tour operadores; como a nivel nacional como funcionarios de la CANATUR y el ICT. De esta forma fue posible obtener el visto bueno del proceso metodológico y se confirmó la posibilidad de ejecutar las acciones propuestas que forman parte de la Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19.

Además, como parte del proceso, el autor participó en ocho reuniones presenciales y virtuales tanto con los asociados a la CATUR como con los miembros de la Junta Directiva. Así como en varias conferencias virtuales estrechamente relacionadas con la generación de estrategias de reactivación turística y económica en diversas instituciones, tanto nacionales como internacionales.

Durante el proceso de realización de la presente estrategia el investigador también tuvo la oportunidad de presentar algunos de los resultados obtenidos de la investigación en una charla virtual para el Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio YAVIRAC en Ecuador. Esto como motivo de la celebración del 42 aniversario de la declaratoria de Quito y Galápagos como primeros Patrimonios de la Humanidad.

Enfoque

Esta es una investigación cualitativa que emplea una metodología de análisis de sistemas blandos, utilizando un enfoque sistémico. De esta manera en este trabajo se identifican los principales atractivos turísticos con los que cuenta el cantón de Turrialba en el año 2020, se analiza la oferta de servicios de hospedaje y alimentación actuales, se definen las ventajas competitivas del cantón con respecto a la oferta turística nacional, además se identifican los principales retos que tiene la CATUR para poder realizar una adecuada promoción turística a nivel nacional e internacional y se determina cuál o cuáles son las poblaciones meta a las que irá dirigida la promoción turística por parte de la CATUR; para así poder determinar las acciones específicas que se incluyen en la Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19.

CAPITULO IV

Caracterización del área de estudio

Aspectos generales

Turrialba es el cantón número cinco de la provincia de Cartago y es el “más extenso de la provincia de Cartago con... 1,642 km² equivalente al 52% del territorio provincial e integra actualmente un total de 12 distritos, a saber: Turrialba (cabecera de cantón), La Suiza, Peralta, Tuis, Pavones, Santa Teresita, Santa Cruz, Tayutic, Santa Rosa, Tres Equis, la Isabel y Chirripó.” (Municipalidad de Turrialba, 2015).

Una característica sobresaliente de Turrialba es que este es un cantón multiétnico con presencia de población indígena y con áreas de interés cultural, como lo es el Monumento Nacional Guayabo, que es el único en su tipo con acceso al público en Costa Rica.

En la siguiente figura, elaborada a partir de datos del Sistema Nacional de Información Territorial (SNIT), es posible observar la ubicación de la Provincia de Cartago dentro del territorio de Costa Rica. Así como la ubicación del cantón de Turrialba con respecto a la Provincia de Cartago.

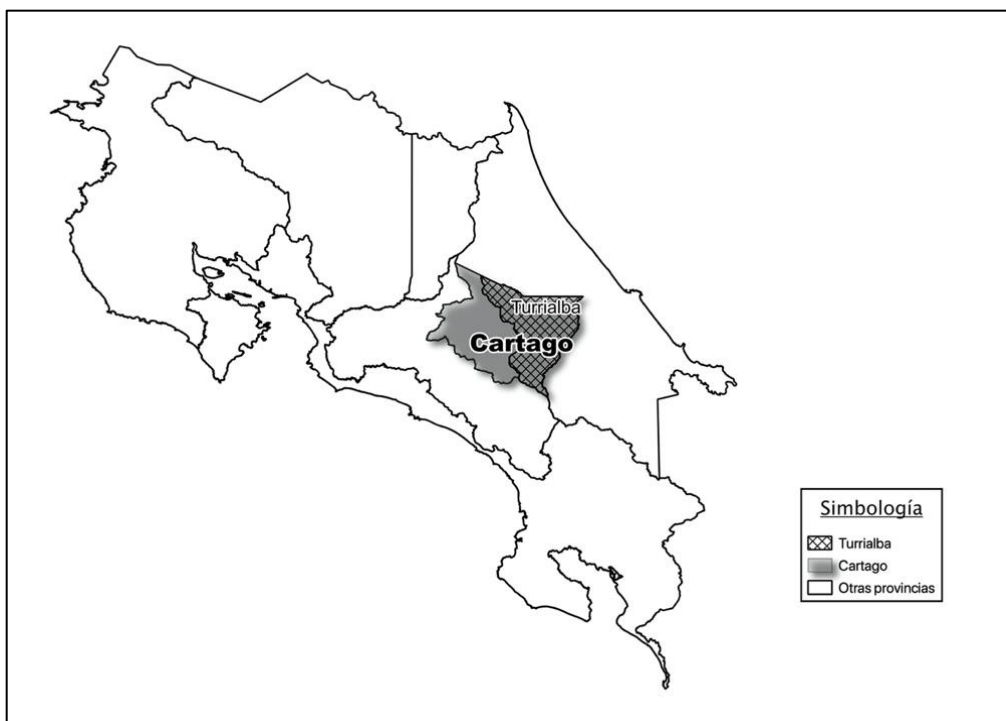


Figura 7. Ubicación de la provincia de Cartago y el cantón de Turrialba en el territorio de Costa Rica.

Fuente: Elaboración del autor con datos del SNIT, 2018.

En el Anexo IV de este documento es posible encontrar información mucho más detallada del cantón de Turrialba que incluye:

- Ubicación Geográfica: coordenadas geográficas del centro del cantón, así como los límites geográficos.
- Clima: tipo de clima y promedios de temperatura y precipitaciones.
- Territorios Indígenas: se detallan los nombres de los territorios indígenas, así como el área aproximada de los mismos.
- Accesibilidad: abarca detalles de las rutas de acceso al cantón de Turrialba.
- Infraestructura Vial: detalles sobre la red vial cantonal y nacional, así como el estado de los caminos.
- Sistema Turístico: toma en cuenta la teoría del Sistema Turístico de Sergio Molina, que comprende Atractivos, Equipamiento e Instalaciones, Infraestructura, Comunidad Receptora, Demanda, Superestructura.

Además, se toman en cuenta no solamente los aspectos generales mencionados anteriormente, sino que también se incluyen los siguientes aspectos socio-económicos:

- Organización Político-Administrativa: se detallan todos los 12 distritos y sus respectivas comunidades.
- Perfil Demográfico: abarca información sobre la población total por grupos de edad según sexo, además de las características demográficas del cantón (población total, superficies en km²), densidad de población y porcentaje de población urbana.
- Perfil Económico: detalla información sobre los porcentajes de población ocupada por sector productivo en el cantón de Turrialba.
- Perfil Social: se analiza el alfabetismo en la población de más de 10 años en Turrialba, así como el promedio de ocupación por vivienda individual ocupada y prestación de servicios básicos.

CAPITULO V

A. Resultados generales

En este apartado se incluyen los resultados generales obtenidos a lo largo de la investigación, que constituyen información relevante para la toma de decisiones futuras y que también deben ser tomados en cuenta en la elaboración de la Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19; a fin de poder brindar soluciones prácticas a los problemas que sortea la CATUR durante la pandemia.

La pandemia del COVID-19 como elemento que profundizó una crisis

Al iniciar la investigación se pretendió generar una estrategia de reactivación turística para solucionar los efectos de la pandemia. Sin embargo, el análisis efectuado demostró que la crisis en el sector turismo era un tema que se vio acrecentado con la pandemia, pero su origen es estructural y sistémico, siendo el producto de muchos años de carencia de planificación y gestión adecuada del sector turismo en la zona.

Lo anterior se considera el primer resultado del análisis, conllevando a que mediante un análisis de origen del problema se logró identificar aquellos aspectos causantes del tema.

La estrategia de reactivación va más allá de generar acciones para dar respuesta a los efectos de la pandemia, siendo una herramienta que busca soluciones a estos problemas estructurales del sector turístico.

El principal reto de Turrialba como destino turístico

Según Massi Devoto Chen, expresidente y actual miembro de la Cámara de Turismo de Turrialba (CATUR) en una entrevista realizada en setiembre del año 2012 para el programa Forjadores, del Canal 15 UCR, “el mayor reto que ha tenido Turrialba como

destino turístico a través de los años, y por ende la CATUR como ente gestor y organizador de esta actividad, es que siempre se ha visto como un destino de paso, como un destino de un día. Por esta razón el impacto económico a nivel local no ha sido tan grande como en otros destinos como las playas, en donde los turistas, tanto nacionales como extranjeros, suelen pasar periodos de tiempo más extensos.” (Devoto, 2012).

De acuerdo con Devoto (2012), la CATUR ha trabajado fuertemente en años anteriores para poder subir el promedio por noche de estadía en Turrialba a 2 noches, siendo 2.5 noches la mayor cantidad de hospedaje a la que Turrialba podría aspirar como destino turístico, ya que al no ser un destino tan atractivo como las playas la oferta turística actual es limitada en cuanto a tours, hoteles, servicios de transporte y atractivos turísticos.

Relación de la CATUR con el gobierno local y otras autoridades

Una de las principales ventajas con las que cuenta la CATUR es el apoyo que siempre ha recibido por parte del gobierno local a través de la Municipalidad de Turrialba, que se ha involucrado mucho en la participación turística e intenta entender los alcances y limitaciones del turismo en el cantón y busca la forma de colaborar con los diferentes empresarios turísticos locales para apoyar el crecimiento económico del cantón. Es importante también destacar la buena relación que tiene la CATUR con la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) y con el Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

Por parte de la oficina de la Municipalidad del cantón se ha venido tratando de impulsar iniciativas para apoyar el turismo local, lo que ha logrado llamar la atención de la CANATUR y el ICT hacia los diferentes productos turísticos que Turrialba tiene para ofrecer. En el año 2018 la CATUR fue elegida por el ICT para llevar a cabo un proyecto llamado Plan de Gestión Integral de Destino, el cual consiste en que “cada destino turístico tendrá su propio diagnóstico y matriz de atención específica, con lo cual se refuerza el trabajo del ICT en lo relacionado al trabajo conjunto y directo con los actores

del sector empresarial turístico, particularmente pequeños y medianos empresarios.” (Presidencia de la República de Costa Rica, 2018).

Programa Gestión Integral de Destinos Turísticos

Luego de la primera reunión con Ida Herrera Rodríguez, presidenta de la CATUR, fue posible conocer que la cámara se encuentra actualmente con mucha necesidad de ayuda por parte de instituciones públicas y privadas, así como de empresas y personas físicas para poder salir adelante con las tareas que tienen que llevar a cabo como parte del programa piloto de Gestión Integral de Destinos Turísticos mencionado anteriormente. (Herrera, 2020).

Este proyecto se ha venido realizando en Turrialba durante los dos años anteriores gracias a una gestión conjunta de la CATUR, el ICT y los empresarios del cantón. Hasta el momento se ha logrado trabajar en distintas comisiones, como por ejemplo la Comisión del Parque Nacional Volcán Turrialba, la Comisión del Monumento Nacional Guayabo, y diversas comisiones de trabajo que se enfocan en identificación de aves, talleres de capacitación y desarrollo; entre otras más.

El ICT ha designado un gestor para que se encargue de liderar la matriz y plan de trabajo del proyecto de Gestión Integral de Destinos Turísticos que se está desarrollando en el cantón de Turrialba a través de la CATUR. Bajo la supervisión de dicho gestor las tareas y objetivos son delegados a empresas y personas locales, que conforman los comités de trabajo, por lo que la necesidad de personas e instituciones dispuestas a colaborar siempre son bien recibidas.

Retos de la Cámara de Turismo de Turrialba

También fue posible identificar una serie de deficiencias, dificultades y retos que podrían ser fáciles de sobrellevar si la CATUR contara con un presupuesto más amplio, pues esta organización solamente cuenta con los fondos generados por algunas de las

actividades que realizan tanto en diversos lugares del cantón, como fuera de este, además del dinero que ingresa a las arcas de la cámara por concepto de suscripción anual por parte de los comercios afiliados. Otros retos importantes que fueron identificados son:

- La carencia de un Plan de Promoción Turística
- No tener una Oficina de Promoción Turística
- La falta de un Plan Estratégico y Planes Operativos
- La necesidad de generar campañas de promoción y mercadeo

Gracias a todos los trabajos realizados por parte de la CATUR desde el año 2018 ha sido posible identificar los puntos mencionados en la lista anterior. Esto deja ver que el déficit financiero es uno de los retos más grandes para dicha organización, que solamente cuenta con la contribución de cada uno de los 21 miembros con los que cuenta en el año 2020, que aportan \$200 (USD) cada uno por concepto de anualidad para poder formar parte de esta organización. Por lo que el presupuesto anual de la CATUR consiste en apenas \$4,200 (USD) para la realización de muchos de sus proyectos, aunque no todos, ya que la CANATUR y el ICT muchas veces brindan soporte económico para la participación u organización de eventos a los que la CATUR es invitada o designada como organizadora. Un ejemplo de esto son las Ferias de Turismo, que se realizan una vez al año y el ICT cubre los costos de participar u organizar dicho evento.

En una de las conversaciones con Herrera, también fue posible identificar que la promoción turística es una de las necesidades más grandes para la CATUR, pero esto implica mucho tiempo de investigación, identificación de los principales atractivos, y diseño de una campaña promocional que posicione a Turrialba como destino turístico tanto para turismo nacional como internacional. Tomando en cuenta especialmente el hecho de que debido al impacto de la pandemia el turismo internacional se reactivará mucho más tarde que el turismo nacional, segmento de mercado para el cual ya el ICT se encuentra trabajando en propuestas para ofrecer productos a precios más asequibles, descuentos y promociones.

Para la CATUR sería de gran importancia contar con una estrategia de trabajo que contemple la cercanía de Turrialba con la Gran Área Metropolitana (GAM), su diversidad, su amplio territorio y sus atractivos más significativos como por ejemplo el Parque Nacional Volcán Turrialba, el Monumento Nacional Guayabo y el río Pacuare; así como su ubicación estratégica en medio del Valle Central y el Caribe, para lograr captar turismo nacional durante los meses en los que la visitación de turismo internacional se verá severamente reducida por el temor de los turistas extranjeros de viajar a otros países, o incluso a pasar muchas horas en un avión.

Durante la revisión y elaboración de los antecedentes de este trabajo final de graduación fue posible identificar que aunque el ICT había definido 6 áreas estratégicas (infraestructura, organización, capacitación, planta turística, mercadeo, planificación y gestión ambiental) para el desarrollo de la actividad turística en Turrialba en su Plan de Desarrollo Turístico (2002 – 2012), para inicios del año 2020, cuando llegó la pandemia a Costa Rica, aún no se le había dado seguimiento a dichas líneas de acción por parte del ICT o del Gobierno local.

Posicionamiento de Turrialba como Destino Turístico

En uno de los talleres participativos de los que el investigador formó parte fue posible identificar que la CATUR, en conjunto con la Cámara de Comercio, Turismo y Servicios de Turrialba y la Municipalidad de Turrialba; han estado trabajando activamente en el desarrollo de una nueva marca que busca posicionar, tanto a nivel nacional como internacional, a Turrialba como un destino turístico que ofrece ruralidad a través de la marca *“Turrialba, Ruralmente Auténtico”*.



Figura 8. Gigantografía colocada recientemente en el Parque Quesada Casal en Turrialba.

Fuente: Fotografía tomada por el autor, 2021.

Para la elaboración de esta marca se contó con el asesoramiento del ICT y de muchos otros actores en la parte de diseño del logo y demás detalles técnicos. Para el momento en que se terminó la presente investigación la CATUR aún no tenía un protocolo de uso de marca establecido, por lo que aún no es posible hacer uso de la misma, ni compartir detalles sobre el objetivo principal de la marca, de su diseño, ni ninguna otra particularidad. Luego de consultar a tres actores locales involucrados en el proceso de diseño de marca todos indicaron que aún no tienen permitido referirse al tema por la ausencia de un protocolo que establezca el uso que se le puede dar a la marca, al logo y demás elementos que la integran.

A pesar de no tener todos los detalles sobre la nueva marca “*Turrialba, Ruralmente Auténtico*”, que es una iniciativa de varias organizaciones, la CATUR si cuenta con su propio logo, en el cual es posible observar distintos elementos muy representativos de los atractivos turísticos del cantón. En este logo se puede apreciar el petroglifo del jaguar y el lagarto, que representa al Monumento Nacional Guayabo; también es posible observar la representación del Parque Nacional Volcán Turrialba, así como el rafting que se desarrolla en los ríos Pacuare y Pejibaye; finalmente se observa la Guaria Turrialba, que representa la biodiversidad del cantón. Los colores que se utilizaron en este logo también tienen su propio significado, de este modo el color verde representa la

naturaleza, el color azul el agua de los ríos y el color amarillo representa la cultura del cantón Turrialbeño.



Figura 9. Logo de la Cámara de Turismo de Turrialba.

Fuente: CATUR, 2020.

Otro aspecto que fue posible identificar es que la CATUR apuesta por la recuperación de la visitación turística con la reapertura del Parque Nacional Volcán Turrialba en el mes de diciembre del año 2020, el cual se encontraba cerrado al público desde que la actividad volcánica se reactivó en enero del año 2012. Lamentablemente para el sector turismo del cantón Turrialbeño este imponente e importante atractivo turístico ha permanecido cerrado al público por ocho años, pues su actividad volcánica se había mantenido bastante dinámica durante ese tiempo, presentando constantes erupciones menores de gas y ceniza que son perjudiciales para la salud de quien se exponga a estos.

La CATUR ha participado en una gran cantidad de reuniones con las autoridades nacionales y locales, en las que se ha discutido la posibilidad de volver a abrir el Parque Nacional Volcán Turrialba al público con una vigilancia más activa, como se hace actualmente en el Parque Nacional Volcán Poás. Afortunadamente para el turismo en Turrialba, el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) ha permitido la reapertura de este Parque Nacional en el mes de diciembre del año 2020, eso sí, con estrictos protocolos de seguridad para los visitantes, así como protocolos sanitarios para evitar el contagio de COVID-19 entre los funcionarios, los guías locales y los turistas.

En el siguiente cuadro se incluyen datos de visitación de las Áreas Silvestres Protegidas (ASP) ubicadas en el cantón de Turrialba, así como de otras tres ASP que se encuentran entre las más visitadas por turistas nacionales e internacionales, lo que permite hacer una comparación en cuanto a visitación turística en el cantón de Turrialba con respecto a otros destinos turísticos del país.

Además, estos datos reflejan los registros de visitación disponibles antes del inicio de la pandemia generada por el COVID-19. Esta información podrá ser utilizada en el futuro como punto de referencia si se llega a implementar la presente Estrategia de Reactivación Turística, que permita determinar su efectividad en cuanto a la visitación de las APS del cantón turrialbeño.

También es importante destacar que se toma en cuenta el total de visitantes a las ASP por año, así como un destino de sol y playa, como lo es el Parque Nacional Manuel Antonio; y dos volcanes, en este caso el volcán Poas y el volcán Irazú, los cuales reflejan la preferencia de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, por este tipo de atractivo turístico. Ya que estos dos volcanes se encuentran entre las ASP más visitadas e incluso reciben más visitación al año que algunos destinos de sol y playa.

Para los años 2017 y 2018 el Parque Nacional Volcán Poás registra una baja significativa en su visitación, pero esto se debe a erupciones que hizo el volcán, por lo que las autoridades decidieron mantenerlo cerrado por varios meses. Motivo que hace pensar a los miembros de la Junta Directiva de la CATUR que el Parque Nacional Volcán Turrialba podrá gestionarse de manera similar.

Cuadro 3. Visitación de residentes y no residentes a las Áreas Silvestres Protegidas de Turrialba y otras ASP de referencia.

Datos de visitación	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total visitantes a las ASP en Costa Rica	1,509,272	1,613,129	1,632,793	1,778,057	1,895,196	2,141,084	2,059,402	2,142,580	2,263,231
ASP más visitadas de Costa Rica									
Parque Nacional Manuel Antonio	311,606	359,564	360,176	379,608	418,041	437,430	475,052	524,835	513,050
Parque Nacional Volcán Poás	270,408	299,102	339,542	342,516	370,176	266,186	143,933	49,785	147,230
Parque Nacional Volcán Irazú	158,940	173,702	193,862	191,698	195,362	402,126	343,254	422,947	352,034
ASP de Turrialba									
Parque Nacional Volcán Turrialba*	2,008	131	0	0	0	0	0	0	0
Parque Nacional Barbilla**	627	578	357	235	0	0	221	517	204
Monumento Nacional Guayabo***	18,411	26,052	28,149	40,215	26,660	35,528	37,004	31,639	32,289

* El Parque Nacional Volcán Turrialba estuvo cerrado al público desde enero del año 2012.

** El ICT no reporta datos de visitación para el Parque Nacional Barbilla en los años 2015 y 2016. La entrada de esta ASP se ubica en el cantón de Matina, pero su territorio abarca gran parte en Turrialba. Existe potencial de abrir una entrada por Turrialba en el futuro.

*** Los datos del Monumento Nacional Guayabo fueron obtenidos directamente a través de la Administración del ASP.

Fuente: Elaboración del autor con datos del ICT, 2018; y del Monumento Nacional Guayabo, 2021.

Impacto del Turismo en la Economía Local

Con respecto a la búsqueda de datos o cifras de participación del turismo en la economía del cantón Turrialbeño, de ocupación o visitación turística, así como de cantidad y diversidad de servicios turísticos en Turrialba; el resultado obtenido fue que desafortunadamente tanto el ICT como la CATUR expresaron no tener información pertinente a los temas anteriormente mencionados. El principal problema de no contar con datos desagregados es que dificulta el establecimiento de indicadores que permitan una medición objetiva de las mejoras propuestas en los objetivos planteados en la presente estrategia.

Georgina Ureña, funcionaria del ICT, aseguró que esta institución solamente maneja ese tipo de datos a nivel de Unidades de Planeamiento, pero no a un nivel tan específico como solamente para Turrialba o incluso Cartago, que forman parte de la Unidad de Planeamiento Valle Central. El problema con los datos a nivel macro que maneja el ICT es que no son representativos para el cantón de Turrialba porque solo toman en cuenta el Monumento Nacional Guayabo, el Parque Nacional Barbilla y el Parque Nacional Volcán Turrialba, que permaneció cerrado por ocho años.

Por otra parte Julio Gamboa, gestor local del Plan de Gestión Integral de Destinos Turísticos, mencionó que de parte de la Cámara de Turismo de Turrialba lo que aseguran es que ellos no manejan datos de visitación ni de impacto económico del turismo en el cantón de Turrialba porque los miembros de la cámara son, en muchas ocasiones, competencia directa para los dueños de otros establecimientos turísticos, por lo que a los empresarios nos les gusta facilitar esa información a la cámara, pues la consideran sensible.

La idea de conseguir estos datos o cifras era poder hacer el planteamiento de la estrategia de llevar a Turrialba de un punto A (antes de la pandemia) a un punto B (después de la pandemia). Para esto eran necesarios datos de la situación del turismo

en Turrialba antes de la pandemia. Datos que permitieran medir en el futuro la efectividad de la estrategia una vez que se ponga en marcha.

Competencia Directa de Turrialba como Destino Turístico

Como parte de los resultados del diagnóstico también fue posible identificar los destinos turísticos que compiten de forma más directa con Turrialba, esto a través de consultas a siete expertos en turismo del cantón de Turrialba, que son los miembros de la Junta Directiva de la CATUR, y a los empresarios turísticos que forman parte de la cámara. La principal competencia de Turrialba en cuanto a atractivos turísticos se encuentra en las zonas de Sarapiquí, la Zona de los Santos, el Anillo Turístico del Valle de Orosi; como competencia cercana y que ofrecen atractivos muy similares. Y por otro lado Monteverde y La Fortuna, en cuanto a la ruralidad y el disfrute de las montañas. Esta información también fue corroborada y confirmada por José Coto Cordero (2020), encargado del Jardín Botánico del CATIE y actual Fiscal de la junta directiva de la CATUR.

Accesibilidad

El siguiente cuadro muestra la accesibilidad a Turrialba, así como a las zonas consideraras como destinos turísticos que compiten con el cantón Turrialbeño, desde el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría y desde el centro de San José.

Cuadro 4. Accesibilidad al destino turístico Turrialba y a sus principales competidores.

Destino		Distancia	Tiempo	Principal ventaja
Turrialba desde:	Aeropuerto Internacional Juan Santamaría	80.1 km	1h 55m	Cercanía con la GAM y el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría, además de su conectividad con el Caribe
	San José centro	61 km	1h 40m	
Sarapiquí desde:	Aeropuerto Internacional Juan Santamaría	76.6 km	1h 45m	Cercanía con la Ruta 32 que es la principal ruta al Caribe
	San José centro	101 km	2h 0m	
Zona de los Santos desde:	Aeropuerto Internacional Juan Santamaría	70.7 km	1h 35m	Sobre la Ruta 2 que conduce a la Zona Sur
	San José centro	51.5 km	1h 20m	
Valle de Orosi desde:	Aeropuerto Internacional Juan Santamaría	60.5 km	1h 30m	Cercanía con la GAM y el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría
	San José centro	41.3 km	1h 15m	
Monteverde desde:	Aeropuerto Internacional Juan Santamaría	133 km	2h 40m	Cercanía con la Ruta 1 que conduce al Pacífico Norte
	San José centro	147 km	2h 45m	
La Fortuna desde:	Aeropuerto Internacional Juan Santamaría	114 km	2h 40m	Facilidad de conexión con el Pacífico Norte a través de Tilarán
	San José centro	130 km	2h 55m	

Fuente: Elaboración del autor, 2020.

Del cuadro anterior se debe destacar que Turrialba como destino turístico se encuentra dentro del radio de los 80 km de distancia o dentro de las 2 horas de tiempo de desplazamiento, al igual que sus competidores más cercanos que son: Sarapiquí, la Zona de los Santos y el Valle de Orosi. Estos destinos mencionados anteriormente se encuentran a distancias y tiempos de recorrido similares a Turrialba, ya sea desde el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría o desde el centro de San José. Con respecto a La Fortuna y Monteverde, Turrialba si es un destino mucho más cercano desde San José o el aeropuerto.

En el siguiente cuadro se detalla la información más relevante con respecto a las principales rutas de acceso al cantón de Turrialba, ya sea desde el Valle Central o la GAM (Gran Área Metropolitana), o desde el Caribe del país.

Cuadro 5. Rutas de acceso al cantón de Turrialba.

Ruta	Origen / Destino	Comunidades que comunica
Valle Central (GAM)		
Ruta 10 (Sentido Noreste) Ruta Nacional Primaria	Inicia a partir de la Ruta 2 en Cartago y llega hasta la Ruta 32 en Siquirres.	Cartago, Paraíso, Cervantes, Juan Viñas, Turrialba, Javillos, Chitaría, Tres Equis, Linda Vista, Siquirres.
Ruta 230 Ruta Nacional Secundaria	Inicia a partir de la Ruta 219 en Oreamuno y llega hasta el centro de Turrialba.	Oreamuno, Cipreses, Pacayas, Capellades, La Pastora, Santa Cruz, Santa Rosa, Turrialba.
Ruta 225 Ruta Nacional Secundaria	Inicia a partir de la Ruta 10 en Paraíso y llega hasta el distrito de La Suiza.	Paraíso, Cachí, Tucurrique, Pejibaye, La Suiza, Turrialba.
Caribe		
Ruta 10 (Sentido Suroeste) Ruta Nacional Primaria	Inicia a partir de la Ruta 32 en Siquirres y llega hasta la Ruta 2 en Cartago.	Siquirres, Linda Vista, Tres Equis, Chitaría, Javillos, Turrialba, Juan Viñas, Cervantes, Paraíso, Cartago.
Ruta 415 Ruta Nacional Terciaria	Inicia a partir de la Ruta 32 en Siquirres y llega hasta el centro de Turrialba.	La Herediana, La Alegría, La Florida, Pascua, Santa Teresita, La Isabel, Turrialba.

Fuente: Elaboración del autor, 2020.

En el siguiente cuadro es posible identificar la distancia, el tiempo de traslado y las rutas a seguir para llegar a Turrialba desde diversos puntos de las siete provincias del país. Los valores contenidos en esta matriz son meramente para ser utilizados como referencia. Es importante señalar que las distancias y los tiempos de conducción estimados en los Cuadros 5 y 6 fueron tomados de Google Maps, por lo que las distancias y los tiempos pueden variar dependiendo de diversos factores como condiciones climáticas, congestionamiento vial, obras de construcción o mantenimiento en carretera, entre otros.

Además, la matriz toma en cuenta los traslados por tierra para potenciales turistas extranjeros que ingresen al país por aire (a través del Aeropuerto Internacional Juan Santamaría) o por agua (cruceros desde Puerto Limón).

Cuadro 6. Matriz de accesibilidad de Turrialba.

Ubicación		Ruta Principal			Ruta Secundaria		
Provincia	Cantón	Km de distancia	Tiempo aproximado de viaje*	Conexión de rutas de acceso	Km de distancia	Tiempo aproximado de viaje*	Conexión de rutas de acceso
San José	Santa Ana	81.9 km	1h 55m	27 – 39 – 215 – 2 – 10	83.4 km	2h 5m	27 – 39 – 215 – 2 – 219 – 230
	Mata Redonda (Sabana)	73 km	1h 50m	39 – 215 – 2 – 10	74.5 km	1h 55m	39 – 215 – 2 – 219 – 230
	Curridabat	60.1 km	1h 30m	2 – 10	61.6 km	1h 40m	2 – 219 – 230
	Santa María de Dota	86.4 km	2h 5m	2 – 10	93.4 km	2h 20m	2 – 219 – 230
	Pérez Zeledón	167 km	3h 35m	2 – 10	174 km	3h 50m	2 – 219 – 230
Alajuela	San Ramón	128 km	2h 35m	1 – 39 – 215 – 2 – 10	129 km	2h 45m	1 – 39 – 215 – 2 – 219 – 230
	Alajuela centro / Aeropuerto**	85.7 km	1h 55m	1 – 39 – 215 – 2 – 10	87.2 km	2h 5m	1 – 39 – 215 – 2 – 219 – 230
	Orotina	122 km	2h 25m	27 – 39 – 215 – 2 – 10	124 km	2h 35m	27 – 39 – 215 – 2 – 219 – 230
Cartago	La Unión	57.1 km	1h 25m	251 – 2 – 10	58.6 km	1h 35m	251 – 2 – 219 – 230
	Cartago centro	41.8 km	1h 5 m	10	47 km	1h 20m	219 – 230
	San Isidro de El Guarco	50.5 km	1h 25m	2 – 10	56.1 km	1h 35m	2 – 219 – 230
Heredia	Santa Bárbara	87.9 km	2h 0m	123 – 3 – 1 – 39 –	89.5 km	2h 10m	123 – 3 – 1 – 39 –

				215 – 2 – 10			215 – 2 – 219 – 230
	Heredia centro	79.7 km	1h 55m	3 – 39 – 215 – 2 – 10	81.2 km	2h 5m	3 – 39 – 215 – 2 – 219 – 230
	Sarapiquí	127 km	2h 25m	4 – 32 – 10	122 km	2h 40m	4 – 32 – 415
Guanacaste	Nicoya	270 km	4h 35m	21 – 18 – 1 – 27 – 39 – 215 – 2 – 10	272 km	4h 45m	21 – 18 – 1 – 27 – 39 – 215 – 2 – 219 – 230
	Santa Cruz	290 km	4h 50m	21 – 18 – 1 – 27 – 39 – 215 – 2 – 10	291 km	5h 0m	21 – 18 – 1 – 27 – 39 – 215 – 2 – 219 – 230
	Liberia	278 km	4h 40m	1 – 27 – 39 – 215 – 2 – 10	280 km	4h 50m	1 – 27 – 39 – 215 – 2 – 219 – 230
Puntarenas	Garabito	166 km	3h 5m	34 – 27 – 39 – 215 – 2 – 10	168 km	3h 15m	34 – 27 – 39 – 212 – 2 – 219 – 230
	Puntarenas centro	163 km	3h 0m	17 – 23 – 27 – 39 – 215 – 2 – 10	164 km	3h 10m	17 – 23 – 27 – 39 – 215 – 2 – 219 – 230
	Quepos	231 km	4h 0m	34 – 27 – 39 – 215 – 2 – 10	232 km	4h 10m	34 – 27 – 39 – 212 – 2 – 219 – 230
Limón	Talamanca	165 km	2h 55m	36 – 32 – 10	172 km	3h 25m	36 – 32 – 415
	Limón centro***	107 km	2h 5m	32 – 10	114 km	2h 35m	32 – 415

	Pococí	112 km	2h 15m	247 – 32 – 10	107 km	2h 30m	247 – 32 – 415
--	--------	--------	--------	------------------	--------	--------	-------------------

* El tiempo aproximado de viaje se calcula en horas y minutos.

** Aeropuerto Internacional Juan Santamaría.

*** Puerto de arribo de cruceros en Limón.

Fuente: Elaboración del autor, 2020.

Además, como parte de los resultados del proceso de investigación se incluye información secundaria obtenida de la participación en seminarios virtuales que se llevaron a cabo durante los meses de confinamiento total en el primer semestre del año 2020, los cuales fueron insumos para la elaboración de la presente estrategia.

Finalmente, resulta importante mencionar que parte de los resultados de esta investigación se presentaron en el marco de la celebración del 42 aniversario de la declaratoria de Quito y Galápagos como primeros Patrimonios de la Humanidad ofrecida por el Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio YAVIRAC en Ecuador.

B. Análisis de resultados de la investigación

En este apartado se analizan los resultados reflejados luego de la aplicación de las herramientas utilizadas para obtener la información necesaria para realizar la presente estrategia, las cuales han sido descritas anteriormente en la metodología.

B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba

Como quedó evidenciado anteriormente en el apartado de antecedentes, el territorio de Turrialba se ha caracterizado históricamente por ser un destino de turismo de aventura natural, en donde es posible realizar una gran cantidad de actividades al aire libre. Además, se identificó que los principales atractivos turísticos con los que cuenta este cantón son el Parque Nacional Volcán Turrialba y el Monumento Nacional Guayabo. Sin embargo, de acuerdo con el Inventario Turístico de la Municipalidad de Turrialba (2019), la oferta turística en este cantón es alta y existe una gran cantidad y variedad de atractivos turísticos que necesitan ser visibilizados, promovidos e impulsados en todos sus distritos.

Es importante mencionar el potencial que presenta el cantón con respecto a la futura incorporación del componente cultural o de etno-turismo que podría realizarse en el cantón. Se recomienda el trabajo de base comunitaria con los territorios indígenas que se ubican en el cantón, para establecer si desean incorporar algunos emprendimientos en el tema de turismo. Este es un tema que se desarrolla con éxito en otras partes de Costa Rica, como la región Brunca, territorio Maleku y por ejemplo en el Parque Nacional Barbilla. En este último caso, la incorporación de las comunidades indígenas apenas inicia y ha contado con el apoyo del SINAC como entidad motor de las iniciativas. Siendo que Turrialba posee el Monumento Nacional Guayabo, se considera que es un tema de gran potencial y que no se ha logrado vincular al sistema turístico.

A continuación, se presenta la información obtenida como resultado de la elaboración del Inventario de Patrimonio Turístico de Turrialba, que es el documento más completo

y actualizado que fue posible encontrar por el investigador durante la revisión bibliográfica. Dicho documento se llevó a cabo con la información registrada en el Departamento de Patentes de la Municipalidad de Turrialba para el año 2019. Estos resultados permiten mostrar una imagen muy real de cuál era la realidad turística para este cantón antes de la pandemia generada por el brote de COVID-19 a nivel mundial.

Atractivos turísticos



Figura 10. Grano de Oro, Turrialba. Territorio con gran potencial para el desarrollo del etno-turismo.

Fuente: Fotografía tomada por el autor, 2021.

Los atractivos turísticos de Turrialba y sus alrededores han sido clasificados por la Municipalidad de Turrialba en tres categorías principales, a saber: sitios naturales (incluyendo las áreas protegidas), museos y manifestaciones culturales, acontecimientos programados y actividades temáticas. También se incluye un apartado de experiencias vivenciales dentro de una cuarta categoría llamada actividades temáticas, con el fin de recopilar toda la información obtenida que se cataloga como atractivos turísticos. En el Anexo V se encuentra información más detallada sobre:

- Áreas protegidas y de interés especial
 - Áreas Silvestres Protegidas: Parque Nacional Volcán Turrialba, Parque Nacional Barbilla, Parque Nacional Tapantí – Macizo de la Muerte, Parque Nacional Chirripó, Monumento Nacional Guayabo, Reserva Biológica Espino Blanco, Refugio de Vida Silvestre La Marta, Reserva Forestal Cordillera Volcánica Central, Reserva Forestal Río Macho, Reserva Forestal Río Pacuare, Zona de Protección Cuenca Río Tuis, Corredor Biológico Volcánica Central Talamanca, Territorio Indígena Chirripó Cabécar.
 - Sitios Naturales:
 - Ríos (rafting): Pacuare y Pejibaye.
 - Cataratas: AQUIARES, La Muralla, Las Trillizas.
 - Flora y Fauna: Jardín Botánico del CATIE.
 - Actividades de Aventura: Canyoning (barranquismo), Canopy (tirollesa), Ciclismo de montaña, Cabalgatas, Caminatas.

- Museos y manifestaciones culturales: Escuela Jenaro Bonilla Aguilar, Antigua Estación del Ferrocarril al Atlántico, La Casona del Centro Universitario del Atlántico, Caserío Histórico de Colorado, Templo Católico San José, Escuela de Santa Cruz, Templo Católico de La Pastora.

- Acontecimientos programados: Feria Nacional del Café, Feria Internacional del CATIE, Festival de Turismo Turrialba, Feria Nacional del Pejibaye, Expo Feria del Queso.

- Actividades temáticas: Experiencias Vivenciales (Ver Anexo V).

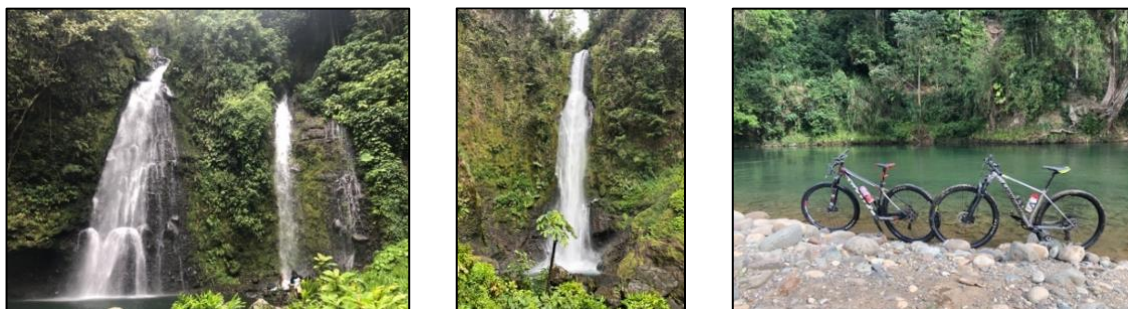


Figura 11. Cataratas Las Trillizas, Catarata La Muralla, Río Pejibaye.

Fuente: Fotografías tomadas por el autor, 2021.

Planta turística de Turrialba

A continuación, se presentan los resultados del Inventario del Patrimonio Turístico 2019 elaborado por la Municipalidad de Turrialba. Como ya se mencionó anteriormente “el inventario de la planta turística se realizó tomando en consideración los negocios con patentes activas en el cantón de Turrialba. De esta manera, el total de empresas identificadas fue de 312, de las cuales la mayor proporción (70%) corresponde a restaurantes y similares, seguido de alojamiento (12%) y el transporte terrestre (7%).” (Municipalidad de Turrialba, 2019).

En la siguiente figura se presenta la distribución de patentes según su clasificación dentro de los diferentes elementos que conforman la planta turística del cantón de Turrialba:

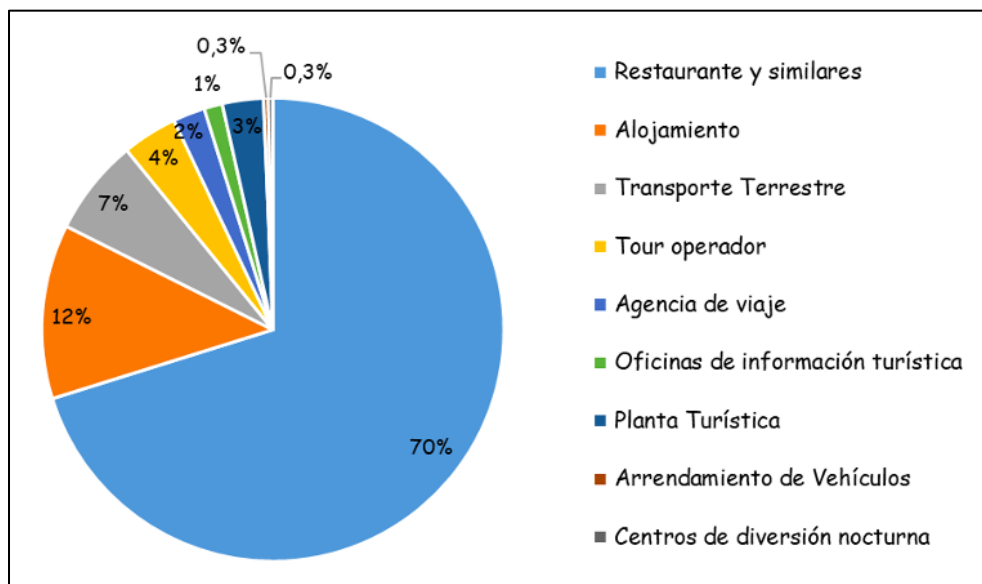


Figura 12. Planta turística del cantón de Turrialba según clasificaciones.

Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2019.

Complementariamente, la figura que se presenta a continuación detalla “la distribución de la planta turística en general en los distritos del cantón de Turrialba, en la cual el 59% se encuentra en el distrito central, seguido de La Suiza (9%), Pavones (7%) y Santa Cruz (6%).” (Municipalidad de Turrialba, 2019).

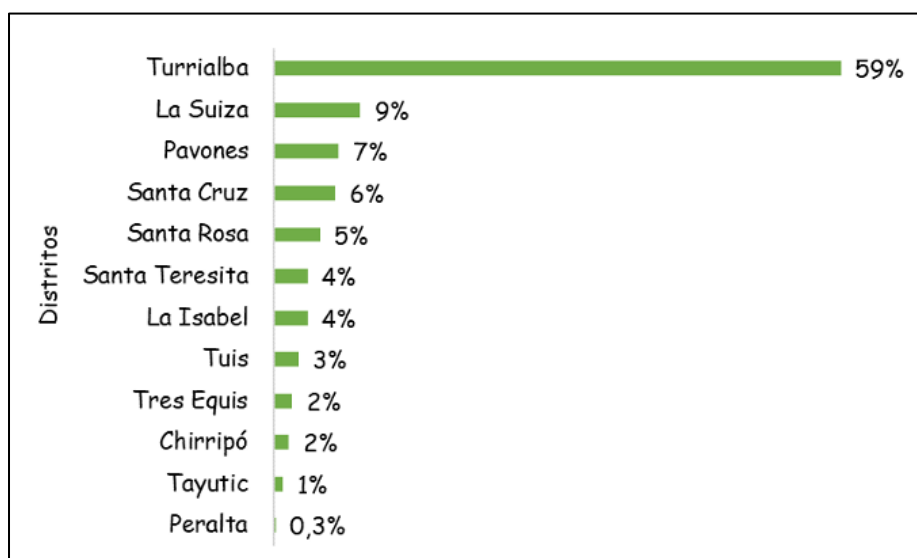


Figura 13. Distribución de la planta turística en los distritos del cantón de Turrialba.

Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2019.

En el Anexo V también es posible encontrar información pertinente a:

- Restaurantes y similares.
- Alojamiento.
- Agencias de Viajes.
- Tour Operadores.
- Oficinas de Información.
- Transporte Terrestre.
- Otros: centros de diversión nocturna, arrendamiento de vehículos y centros recreativos y/o piscinas.

Infraestructura

En el Anexo V es posible encontrar información más detallada sobre la infraestructura turística, esta información abarca las siguientes áreas:

- Transporte Terrestre: Terminales de buses Transtusa y distrital.
- Comunicaciones: Instituto Costarricense de Electricidad y Correos de Costa Rica.
- Energía: Instituto Costarricense de Electricidad.
- Salud: Hospital William Allen Taylor, EBAIS y Cruz Roja.
- Sanidad (agua, desagües y basura): Municipalidades de Turrialba y Jiménez.
- Seguridad: Fuerza Pública y Policía de Tránsito.

Superestructura

Este segmento abarca la superestructura turística, que está compuesta por todos los organismos especializados, ya sean públicos y/o privados, los cuales se encargan de optimizar y modificar el funcionamiento de cada parte que integra el sistema y armoniza su relación. La superestructura se conforma por dos tipos de agrupaciones:

- Administración Pública.
- Organizaciones Privadas.

En el Anexo V es posible encontrar la lista completa de instituciones que conforman la Superestructura turística del cantón de Turrialba.

Además del Inventario de Patrimonio Turístico de Turrialba, durante el proceso de revisión bibliográfica fue posible identificar un documento del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ) llamado Inventario Cultural Turrialba 2019, el cual, de acuerdo con la información contenida en la página web de este ministerio, tomó un poco más de siete meses para ser una realidad. En el proceso las autoridades y comunidades se dedicaron de lleno a este proyecto que fortalece y visibiliza la cultura.

La realización del inventario cultural en el cantón de Turrialba “contó con la participación activa de la Unidad de Cultura y Economía (UCE), del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), mediante su Sistema de Información Cultural Costa Rica (Sicultura); participaron además la Municipalidad de Turrialba, la Cámara de Turismo de Turrialba, la Cámara de Comercio, Turismo y Servicios de Turrialba y líderes comunales de los doce distritos que componen el cantón.” (Ministerio de Cultura y Juventud, 2019).

Esta es una importante herramienta a ser considerada en la Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pues con el conocimiento adquirido de las diversas formas de expresión cultural en el cantón de Turrialba será mucho más fácil poder ofrecer actividades a los turistas que visiten Turrialba, ya sea a los huéspedes de hoteles, a las familias que visitan las diferentes ferias que se organizan, o incluso a los clientes de restaurantes o lugares de esparcimiento. Resaltando así la importancia de generar encadenamientos que permitan diversificar la oferta turística, ofrecer valor agregado al visitante y generar un mayor impacto económico en el cantón.

Servicios de hospedaje y alimentación

A continuación, se hace un análisis de la oferta de servicios de hospedaje y alimentación ofrecidos en el cantón de Turrialba a los visitantes, tanto nacionales como extranjeros, desde el punto de vista de la ubicación (por distrito) de los diferentes establecimientos de hospedaje y alimentación según su tipo. Con respecto al hospedaje los tipos son: cabina, hostel, albergue (bed & breakfast) y hotel. Mientras que los tipos de establecimientos de alimentación son: soda, restaurante, bar y restaurante de hotel.

Servicios de hospedaje

- Análisis general

La Municipalidad del cantón de Turrialba registra un total de 39 comercios que son clasificados como servicios de hospedaje. Es importante destacar que de los 12 distritos del Cantón de Turrialba los distritos de Peralta, Tayutic y La Isabel no cuentan con establecimientos que se dediquen al hospedaje. Mientras que en otros distritos existe mayor variedad de opciones de hospedaje, como lo es el caso del distrito central de Turrialba, en donde es posible encontrar más cantidad de opciones con respecto a los demás distritos.

A continuación, se presenta un cuadro resumen de la distribución de los servicios de hospedaje en el cantón de Turrialba:

Cuadro 7. Resumen de distribución de servicios de hospedaje en el cantón de Turrialba.

Cantón	Resumen																		
	Total hospedajes	Hospedajes que participan*	Cantidad habitaciones**						Aforo máximo	Estrellas					Restaurante	Tipo			
			1	2	3	4	+4	Total		1	2	3	4	5		Cabinas	Hostel	Albergue (B&B)	Hotel
1. Turrialba	18	10	19	106	42	16	3	186	336	1	6	2	1	0	3	0	1	1	8
2. La Suiza	3	3	0	15	0	17	0	32	98	0	2	0	1	0	2	1	0	1	1
3. Peralta****	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Santa Cruz	4	3	0	28	5	4	4	41	90	0	2	1	0	0	2	1	0	1	1
5. Santa Teresita***	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6. Pavones	3	3	1	16	1	13	0	31	88	0	1	2	0	0	3	1	0	2	0
7. Tuis	1	1	0	6	2	4	2	14	44	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
8. Tayutic****	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9. Santa Rosa	4	3	0	9	0	14	5	28	82	0	3	0	0	0	2	0	1	1	1
10. Tres Equis	3	3	0	6	1	1	5	13	58	0	3	0	0	0	1	2	0	1	0
11. La Isabel****	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12. Chirripó	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totales:	39	26	20	186	51	69	19	345	796	1	17	6	2	0	14	5	2	8	11

* Algunos hoteles rechazaron ser tomados en cuenta y no brindaron información al investigador

** Cantidad habitaciones: 1) sencilla, 2) doble, 3) triple, 4) cuádruple, +4) 5 o más personas

*** Cuenta con servicios de hospedaje pero no están operando debido a la pandemia

**** No cuenta con servicios de hospedaje

Fuente: Elaboración del autor, 2020.

En el cuadro anterior se hacen varias clasificaciones. La primera se refiere a la cantidad de servicios de hospedaje registrados en el Departamento de Patentes versus la cantidad de hoteles que están actualmente en funcionamiento o que decidieron no ser parte del estudio debido a su giro comercial.

En este primer punto es posible ver como de los 39 establecimientos de hospedaje en total, solamente 26 fueron objeto de estudio. Lo que representa una tasa de respuesta del 67% de la totalidad de la población. El 33% restante no estuvo en la disposición de brindar información al investigador debido a que son en total ocho pequeños moteles muy básicos, que rentan sus habitaciones por horas y que, de acuerdo a sus administradores, no están capacitados para recibir turistas y, de acuerdo a una breve inspección ocular del investigador, en muchas ocasiones no ofrecen una estadía de calidad a los visitantes. Además, fue posible identificar que cinco hoteles, que sí se dedican a recibir turismo, se encuentran cerrados debido a la afectación de la pandemia del COVID-19.

También se hace una clasificación por cantidad de habitaciones, en donde se determina que el cantón de Turrialba cuenta con:

- 20 habitaciones sencillas
- 186 habitaciones dobles
- 51 habitaciones triples
- 69 habitaciones cuádruples
- 19 habitaciones con varias ocupaciones que van de 5 a 12 personas.

Lo que suma un total de 345 habitaciones, que de acuerdo a su ocupación, ofrecen un aforo máximo de 796 personas distribuidas por distrito de la siguiente manera:

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| - Turrialba: 336 personas | - Santa Cruz: 90 personas |
| - La Suiza: 98 personas | - Santa Teresita: 0 personas |
| - Peralta: 0 personas | - Pavones: 88 personas |

- Tuis: 44 personas
- Tayutic: 0 personas
- Santa Rosa: 82 personas
- Tres Equis: 58 personas
- La Isabel: 0 personas
- Chirripó: 0 personas

Con respecto a la clasificación que se hace por estrellas, esta se realiza de acuerdo a la clasificación de hoteles por estrellas del ICT, que establece que “los establecimientos de servicio completo y de servicio limitado se han clasificado bajo las siguientes cinco clasificaciones.” (ICT, 1997).

Lo mejor disponible	5 estrellas
Excelentes instalaciones y amplia gama de servicios	4 estrellas
Muy buenas instalaciones y variedad de servicios	3 estrellas
Excede los requisitos mínimos	2 estrellas
Cumple con los requisitos mínimos de limpieza y confort	1 estrella

Siendo así que el cantón de Turrialba ofrece servicios de hospedaje de acuerdo a la clasificación por estrellas de la siguiente manera:

- 1 estrella: 1 hospedaje
- 2 estrellas: 17 hospedajes
- 3 estrellas: 6 hospedajes
- 4 estrellas: 2 hospedajes

El cantón de Turrialba no reporta ningún hospedaje de 5 estrellas en su territorio, por lo que es posible afirmar que el turismo en el cantón de Turrialba no es una actividad de alto costo o lujosa, sino que por el contrario es un destino económicamente accesible tanto para turismo nacional como extranjero. Esto también se ve reflejado en los precios promedio por habitación doble (ver Anexo VI), en donde el precio mínimo por una habitación doble es de \$17 y el máximo es de \$180. Para efectos prácticos de la investigación se estableció el tipo de cambio en donde \$1 dólar estadounidense equivale a ¢600 colones.

En cuanto a restaurantes en los servicios de hospedaje Turrialba ofrece 14 en total. Mientras que los 26 servicios de hospedaje en funcionamiento se clasifican en: cinco cabinas, dos hostel, ocho albergues (bed and breakfast) y 11 hoteles.

- Análisis por distrito

En el Anexo VI es posible encontrar un análisis más profundo y detallado de las opciones de hospedaje. Este análisis se hace por distrito debido a que la distribución política del cantón de Turrialba facilita la clasificación de las patentes comerciales, aunque también se incluye un párrafo para cada distrito que se refiere a la accesibilidad a los servicios de hospedaje de acuerdo al Cuadro 5 "*Rutas de acceso al cantón de Turrialba*".

Como ya se indicó anteriormente, los distritos de Peralta, Tayutic y La Isabel no cuentan con comercios que se dediquen al hospedaje, por lo que no se toman en cuenta en el análisis. Los demás datos que se analizan en este segmento se encuentran en el Anexo VI de este documento.

Servicios de alimentación

El Departamento de Patentes de la Municipalidad de Costa Rica registra para el año 2019 un total de 221 patentes dentro de la categoría de restaurantes y similares. A continuación, se muestra un cuadro resumen de la distribución de los servicios de alimentación por distrito y según su tipo entre: sodas, restaurantes, bares y restaurantes de hoteles.

Cuadro 8. Distribución de los servicios de alimentación por distrito según su tipo.

Resumen restaurantes y similares				
Distrito	Sodas	Restaurantes	Bar	Restaurantes de hotel
1. Turrialba	88	19	12	3
2. La Suiza	16	3	4	0
3. Peralta	0	1	0	0
4. Santa Cruz	9	7	1	0
5. Santa Teresita	4	4	1	0
6. Pavones	6	8	2	1
7. Tuis	3	2	1	0
8. Tayutic	2	0	0	0
9. Santa Rosa	4	3	0	0
10. Tres Equis	2	1	1	0
11. La Isabel	6	2	1	0
12. Chirripó	2	1	1	0
Total:	142	51	24	4

Fuente: Elaboración del autor, 2020.

A nivel cantonal es posible identificar en total 142 sodas, 51 restaurantes, 24 bares y solamente 4 restaurantes de hoteles que también atienden al público en general. Desde el punto de vista territorial o por ubicación geográfica, vale la pena resaltar que entre más alejado del centro de la ciudad de Turrialba, son más reducidas las opciones de servicios de alimentación para los visitantes. En el Anexo VI es posible encontrar información más detallada sobre los servicios de alimentación.

B.2. Ventajas competitivas del cantón de Turrialba

En este apartado se definen las principales ventajas competitivas con las que cuenta el cantón de Turrialba desde el punto de vista de destino turístico que compite con otros destinos nacionales como lo son Sarapiquí, la Zona de los Santos, el Valle de Orosi, Monteverde y La Fortuna; como se mencionó anteriormente.

Resultados de los talleres participativos:

Es importante destacar que la definición de estos nueve elementos se logró mediante una serie de talleres participativos con los miembros de la Cámara de Turismo de Turrialba, como parte del proceso de elaboración de una estrategia de mercadeo para atraer a visitantes nacionales y extranjeros, eventualmente, durante los meses de julio a diciembre del año 2020. La figura que se presenta a continuación refleja las ventajas competitivas o elementos diferenciadores que la CATUR, junto con sus miembros, consideran que son las más representativas para el cantón de Turrialba.

Ventajas competitivas del cantón de Turrialba	Ruralmente auténtico
	Gastronomía local
	Cercanía con la GAM
	Raíces multiculturales
	Diversidad de flora y fauna
	Paisajes y actividades
	Zona segura
	Zona productiva
	Garantía de cumplimiento de protocolos sanitarios

Figura 14. Ventajas competitivas del cantón de Turrialba.

Fuente: Elaboración del autor con datos de la CATUR, 2020.

A continuación, se detallan las principales razones por las que los integrantes de la CATUR consideran que estos nueve elementos ofrecen valor agregado a quien visita el cantón de Turrialba.

Ruralmente auténtico: Este es el eslogan de la nueva marca que la Cámara de Turismo de Turrialba, en conjunto con la Municipalidad de Turrialba y la Cámara de Comercio, Turismo y Servicios de Turrialba; están a punto de lanzar. Con esta frase se busca formar un concepto que represente a Turrialba como es: una tierra campesina, con un concepto amigable y familiar, en donde se da un desarrollo turístico sin presiones y se siente la libertad para diversificar.

Turrialba es un cantón rural en prácticamente todos sus distritos, la ruralidad está por todas partes y se ve reflejada en la producción de queso, café, caña, cardamomo, macadamia; entre otros cultivos. Además, se define como un destino auténtico gracias a esfuerzos como la denominación de origen con que cuenta el Queso Turrialba y la idiosincrasia de los turrialbeños.

El concepto “Ruralmente Auténtico” se ve reflejado visualmente en el diseño de la marca, pues el logotipo incluye colores e imágenes que representan la naturaleza y lo verde de los cultivos y las montañas, el agua de los ríos que son mundialmente famosos para la práctica del rafting y la cultura del cantón turrialbeño. Como se mencionó anteriormente en el Capítulo II, esta marca aún no cuenta con un protocolo de uso de marca establecido, por lo que al momento de elaborar la presente estrategia no es posible ahondar en detalles más específicos.

Gastronomía Local: El cantón de Turrialba ofrece una gran variedad de platillos típicos cuya preparación se basa en los productos que más se desarrollan en la zona, como por ejemplo: queso (diversidad de tipos de queso, chicharrón de queso, deditos de queso, queso frito con mermelada), caña de azúcar (chinchiví, tapa de dulce, sobado, miel, azúcar), macadamia, café y pejibaye (cremas, salsa para untar (dips), sopas, picadillos, ceviche, e inclusive salchichón, helado y cajetas de pejibaye).

Cercanía con la GAM: Turrialba ofrece un producto turístico de ruralidad, aventura y naturaleza a tan solo 2 horas de San José. Además, la gran mayoría de actividades que Turrialba tiene para ofrecer se ubican en un radio de 30 km a la redonda del centro del cantón, por lo que es posible integrar más de una actividad en un día.

Este destino cuenta con tres diferentes vías de acceso desde la Gran Área Metropolitana, como se mencionó anteriormente en el Capítulo II. Turrialba también cuenta con otras dos vías de acceso desde el Caribe de Costa Rica, lo que convierte al cantón turrialbeño en un excelente punto de conexión entre la ciudad capital y la costa Caribe, tanto para visitantes que se dirijan del Valle Central hacia las playas del Atlántico, como de los turistas extranjeros que ingresan en cruceros a puerto Limón y que se dirijan a San José.

Raíces multiculturales: En Turrialba se ubica el único lugar precolombino abierto al público de todo el país, el Monumento Nacional Guayabo es en definitiva uno de los atractivos turísticos más importantes en el cantón Turrialbeño. Las personas que visiten Turrialba podrán aprender sobre la historia del cantón desde el año 1000 antes de Cristo, así como la influencia que tuvo la población Afrocaribeña en el cantón durante la construcción del ferrocarril al Atlántico.

Turrialba además cuenta con la segunda población indígena más grande del país en el Territorio Indígena de Chirripó, así como con un gran legado y tradiciones heredadas de artistas, músicos, artesanos y poetas como Jorge Debravo.

Diversidad de flora y fauna: El cantón de Turrialba cuenta con una extensión total de aproximadamente 1,642 km², dentro de los cuales es posible encontrar una gran variedad de microclimas y distintas zonas de vida, desde el distrito de Peralta que se encuentra a 390 metros sobre el nivel del mar hasta el Parque Nacional Volcán Turrialba, cuyo punto más elevado se encuentra a 3,340 metros sobre el nivel del mar.

Estas características geográficas le permiten al cantón Turrialbeño ofrecer una gran diversidad de flora y fauna, así como una gran cantidad de ríos, cataratas, bosques de diversos tipos, observación de gran variedad de aves y mamíferos.

Paisajes y actividades: Gracias a su extensión territorial Turrialba cuenta con muchos paisajes y actividades al aire libre que ofrecen hermosas vistas de parajes naturales desde diversos puntos del cantón, como por ejemplo: el Parque Nacional Volcán Turrialba, las comunidades de San Antonio, Santa Cruz, Sitio de Mata y Santa Teresita. Este tipo de atractivo turístico natural cobra mayor relevancia en tiempos de la pandemia generada por el COVID-19, en donde la recomendación de las autoridades de salud es de buscar espacios de recreo al aire libre para evitar aglomeraciones de personas.

La mayoría de actividades turísticas que se ofrece a los turistas en Turrialba se realizan al aire libre, dentro de las cuales se puede mencionar: rafting, tours de bicicletas, caminatas en las montañas y visitas a cataratas y ríos; por mencionar algunos.

Zona segura: Turrialba se ha caracterizado por ser un sitio seguro para el turismo nacional e internacional a través de los años al ser un destino que ofrece paz, tranquilidad y descanso a sus visitantes; quienes disfrutan de combinar estos factores con actividades de aventura que también ofrecen los más altos estándares de seguridad emitidos por organizaciones nacionales e internacionales.

Zona productiva: El cantón de Turrialba es una zona productiva por excelencia, desde la producción industrial en la Rawlings (marca de implementos de baseball de las Grandes Ligas de Estados Unidos) y en la Firestone (fabricación de resortes de aire para la industria automovilística); hasta la producción de queso, carne, leche, café, cacao, caña de azúcar, macadamia y la exportación de plantas ornamentales. Lo anterior permite a los diversos establecimientos turísticos hacer compras de insumos locales, generando una economía circular de manera responsable y sostenible.

Garantía de cumplimiento de protocolos sanitarios: La actividad turística, tanto nacional como internacional, ha demostrado no ser un foco de contagio del virus del COVID-19. Los empresarios turísticos turrialbeños se han comprometido desde el inicio de la reapertura comercial a operar apegados a los más estrictos protocolos sanitarios del Ministerio de Salud, con el fin de evitar el contagio, tanto de los colaboradores como de los turistas, y velar por la salud pública de las personas que visitan el cantón.

Muchos de los empresarios turísticos del cantón Turrialbeño ya recibieron el sello *Safe Travels* por parte del ICT, el cual representa “una garantía para los turistas nacionales y extranjeros de visitar un destino que cumple las medidas sanitarias para que disfruten de una experiencia segura, operando bajo lineamientos y guías que promuevan la aplicación del distanciamiento físico, el uso de mascarillas, el establecimiento de burbujas sociales y el lavado de manos, entre otras, en la lucha contra la pandemia.” (ICT, 2020).

De acuerdo con el ICT (2020), *Safe Travels* es el primer sello global en seguridad e higiene para Viajes y Turismo, diseñado por el WTTC (Consejo Mundial de Viajes y Turismo por sus siglas en inglés) en atención al COVID-19 y brotes similares. Es gratuito y no es una certificación.

B.3. Retos en cuanto a promoción turística en la Cámara de Turismo de Turrialba

En este segmento se presenta el resultado de un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) realizado con los miembros de la Junta Directiva de la Cámara de Turismo de Turrialba durante un grupo focal realizado de manera virtual, debido a las vicisitudes planteadas por la pandemia del COVID-19.

La identificación de los principales retos que tiene la Cámara de Turismo de Turrialba permite tener un mayor conocimiento del estado real de la promoción turística que lleva a cabo la CATUR, al tiempo que permite planear estrategias a futuro que permitan superar los obstáculos del presente.

Resultados de los talleres participativos:

Durante los meses de mayo y junio la Junta Directiva, en conjunto con los afiliados a la CATUR, realizaron una serie de reuniones con el objetivo de desarrollar una estrategia de mercadeo para promocionar el cantón de Turrialba tanto a nivel nacional como internacional. El resultado de este esfuerzo fueron seis videos promocionales, cinco videos cortos dirigidos a los diferentes segmentos de mercado identificados en el siguiente apartado, así como un video general más extenso sobre los atractivos del cantón de Turrialba. Todos los videos tienen el audio en español y subtítulos en inglés.

Cuadro 9. Análisis FODA de la promoción turística que hace la CATUR.

RESULTADOS	B.3. Retos e cuanto a promoción turística en la Cámara de Turismo de Turrialba	
Apartado:		
Análisis de retos en cuanto a promoción turística		
Tema:		
N/A*		
Subtema:		
N/A*		
Descripción:		
Gracias a esta iniciativa fue posible identificar los principales retos que enfrenta la Cámara de Turismo de Turrialba en cuanto a promoción turística, los cuales se presentan en el siguiente cuadro:		
Información complementaria:		
Matriz FODA: Promoción Turística de la CATUR.	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	<ul style="list-style-type: none"> - Buen posicionamiento del destino a nivel nacional. - Trabajo en equipo. - Empresas y personal capacitados. - Más empresas con Declaratoria Turística - Buena relación con agencias de viajes nacionales. - Buena comunicación con instituciones públicas, privadas y con empresarios. - Diversidad de atractivos y actividades. - Buena capacidad instalada. - Producto más desarrollado. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hay una estructura financiera para el manejo de presupuestos y proyección de flujo de caja. - No hay un presupuesto específico para promoción turística. - Falta un director ejecutivo que lidere los proyectos. - No existen planes de trabajo anuales. - Dificultad para involucrar a todos los socios. - No hay un encargado de redes sociales.
Oportunidades (O)	Estrategia FO	Estrategia DO
<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas con el ICT, INA, Municipalidad y 	<ul style="list-style-type: none"> - Exhortar a los miembros de CATUR a: 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar estrategias de publicidad aprovechando los descuentos ofrecidos para lograr

<p>Universidades públicas y privadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apertura para empresas que quieran afiliarse. - Apertura para desarrollar nuevos productos. - Nuevos nichos de mercado. - Posicionamiento en redes sociales. - Promoción a través de empresas mayoristas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer promociones al turista nacional para poder alcanzar el punto de equilibrio en cuanto a rentabilidad de los negocios y luego expandir esas promociones al turismo internacional. 2. Explorar nuevos nichos de mercado a los cuales ofrecer los productos existentes. 3. Explorar nuevas actividades para ofrecer a los visitantes. 4. Invitar a otros empresarios a formar parte de la CATUR. 	<p>reactivar la actividad turística a nivel local y nacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buscar alianzas estratégicas con estudiantes de universidades para lograr metas de ejecución de planes y manejo de redes sociales.
Amenazas (A)	Estrategia FA	Estrategia DA
<ul style="list-style-type: none"> - Pandemia del COVID-19. - Competencia con otros destinos con producto similar. - Turismo es débil en cualquier tipo de crisis (económicas, de salud, políticas, etc.). - Inseguridad en ciertas partes del país. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sacar provecho de la diversidad de atractivos y actividades, así como de la capacidad instalada, para ofrecer precios adecuados que compitan con los ofrecidos por los otros destinos nacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar el proceso de ejecución de proyectos tomando en cuenta las amenazas presentes y previendo nuevas amenazas en el futuro.

*N/A: no aplica

Fuente: Elaboración del autor, 2020.

B.4. Poblaciones meta para la promoción turística

Resultados de los talleres participativos:

Luego de cuatro talleres participativos llevados a cabo por la Junta Directiva de la CATUR, que contaron con la participación de algunos de los asociados de la cámara, se llegó a la conclusión de que el turismo que se ofrece en Turrialba debe ir dirigido a cuatro poblaciones específicas: Familias, Deportistas, Parejas y Pensionados.

En estas reuniones se procedió a agrupar las actividades de acuerdo a sus características, para luego emparejarlas con el tipo de visitante o turista que generalmente realiza ese tipo de actividades. Así, por ejemplo, se definió que las actividades catalogadas como turismo de aventura serían dirigidas a los segmentos de mercado definidos como Familias, Deportistas y/o Parejas. Mientras que el aviturismo (observación de aves) o las visitas al jardín botánico serían ofrecidas al mercado meta conformado por Pensionados o Adultos Mayores. En el Anexo VII es posible encontrar más información sobre el resultado de estos talleres.

Propuesta del autor:

A continuación, se presenta la matriz propuesta por el autor sobre las actividades turísticas ofrecidas en el cantón de Turrialba y las poblaciones meta que típicamente disfrutan de dichas actividades:

Cuadro 10. Actividades turísticas ofrecidas en el cantón de Turrialba.

RESULTADOS	B.4. Poblaciones meta para la promoción turística
Apartado:	
Ventajas competitivas del cantón de Turrialba	
Tema:	
Actividades turísticas	
Subtema:	
N/A*	
Descripción:	
<p>En el siguiente cuadro se detallan las actividades turísticas ofrecidas en el cantón de Turrialba, las cuales han sido clasificadas por el autor de acuerdo a las poblaciones meta que típicamente disfrutan de dichas actividades. Los segmentos de mercado se definen de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Grupos con niños:</u> grupos de personas adultas que viajan con menores de 12 años. - <u>Grupos sin niños:</u> grupos de personas adultas que viajan con mayores de 12 años. - <u>Familias multigeneracionales:</u> se refiere a grupos de familiares que viajan juntos, como por ejemplo para celebrar aniversarios de bodas con sus hijos e hijas, nietos y nietas, etc., celebraciones del día del padre o de la madre; cumpleaños, entre otros. - <u>Grupos de amigos:</u> grupos solamente de adultos como por ejemplo compañeros de trabajo, de universidad, de generación, etc. - <u>Grupos con mascotas:</u> adultos que buscan opciones de hospedaje, alimentación y recreación en donde acepten a sus mascotas. - <u>Deportistas:</u> pueden ser adultos solos o con niños, pero que su principal objetivo es hacer actividades deportivas mientras viajan. - <u>Parejas:</u> parejas que viajan solas para celebrar lunas de miel, aniversarios o fechas especiales. - <u>Pensionados:</u> personas adultas que están jubilados y que buscan actividades recreativas de bajo impacto físico. 	
Información complementaria:	

Conjunto de actividades	Actividades y ejemplos de casos exitosos	Segmentos de mercado							
		Grupos con niños	Grupos sin niños	Familias multigeneracionales	Grupos de amigos	Grupos con mascotas	Deportistas	Parejas	Pensionados
Agroturismo y Experiencias Vivenciales	Tour del café (Finca Aquiares)		X	X	X			X	X
	Tour del cacao (Hotel Villa Florencia)	X	X	X	X			X	X
	Tour del queso (Finca La Florita)	X	X	X	X			X	X
	Tour de la ciudad (Explore Turrialba)		X						X
	Experiencias vivenciales (Finca Vialig y otras granjas)	X	X	X	X			X	X
	Tour nocturno (Explore Turrialba)		X			X		X	X

	Tour de jardín botánico (CATIE)	X	X	X				X	X
	Gastronomía costarricense (Productos La Niña Yin)	X	X						X
	Mariposario (Mariposas del Pacuare)	X	X	X					
Deportes	Ciclismo de ruta y de montaña (Explornatura)	X	X		X		X	X	
	Atletismo (Turrialba Ciudad Deportiva)		X		X	X	X	X	
	Senderismo (Explore Turrialba)		X		X	X	X	X	
	Caminatas (Explore Turrialba)		X		X	X	X	X	
	Camping	X	X		X	X	X	X	

	(Hacienda La Central)								
	Natación (CATIE y balnearios)	X	X		X		X	X	
	Clases de kayak (Costa Rica Kayak School)		X		X		X	X	
Aventura	Rafting (Explornatura)	X	X		X		X	X	
	Canyoning (barranquismo) (Explornatura)	X	X		X		X	X	
	Canopy (tirollesa) (Explornatura)	X	X		X		X	X	
	Tour de kayak (Costa Rica Kayak School)		X		X		X	X	
	Tour de cuadraciclos (Hotel Villa Florencia)	X	X		X		X	X	
	Parapente		X		X		X	X	

	(Go Fly Costa Rica)								
	Tubing (Adrenalina Rafting Costa Rica)		X		X		X	X	
	Cabalgatas (Explornatura)	X	X		X		X	X	
	Tour de bicicletas (Explore Turrialba)	X	X		X		X	X	
Aviturismo y Herpetología	Tours diurnos y nocturnos de avistamiento de aves (Explore Turrialba)							X	X
	Tours diurnos y nocturnos de avistamiento de anfibios y reptiles. (Explore Turrialba)	X						X	X
Cultura	Pintores			X					X

(Juan Castillo Ramírez)								
Músicos (Generación 3)			X					X
Poetas (Clarita Solano Villalobos)			X					X
Artesanos (Asociación De Artesanos Turrialbeños)	X		X					X
Escritores (Erick Gil Salas)			X					X
Sitios Arqueológicos (Monumento Nacional Guayabo)	X	X	X	X				X
Tour histórico de Turrialba (Explore Turrialba)								X
Sitios de interés								X

	arquitectónico y cultural (Iglesias de La Pastora y de Aquiares)								
	Museo Ferroviario Peralta (Peralta)	X	X						X
	Gastronomía costarricense (Hotel Casa Turire)	X	X	X	X		X	X	X
Bienestar y Salud	Caminatas en la naturaleza (Explore Turrialba)		X		X	X	X	X	
	Clases de cocina (Hotel Casa Turire)			X					X
	Clases y retiros de yoga (Hotel Espino Blanco Lodge)		X		X		X	X	

	Retiros espirituales (Montañas del Pacuare)		X					X	X
	Visitas a cataratas y ríos (Catarata Las Trillizas)	X	X		X	X	X	X	
	Actividades deportivas (Turrialba Ciudad Deportiva)	X	X		X		X		

*N/A: no aplica

Fuente: Elaboración del autor, 2020.

B.5. Estrategia de participación público-privada para la reactivación turística pos pandemia del COVID-19 en el cantón de Turrialba.

En este apartado se presenta un resumen de las acciones que ya han tomado el Estado costarricense, a través del ICT, y la CATUR en materia de reactivación turística. Además, se propone una Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19; la cual busca la reactivación económica del cantón a través del sector turismo.

Durante la realización de esta investigación se identificó que no existe una metodología previamente establecida que pueda ser utilizada por parte de la CATUR para desarrollar una Estrategia de Reactivación Turística. Pero se utilizó como base la “Guía para la elaboración de políticas públicas” del Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPLAN).

- Acciones impulsadas por el Estado:

Cuadro 11. Resumen de acciones impulsadas por el Estado para la reactivación turística.

RESULTADOS	B.5. Proyectos a desarrollar por parte del sector Estatal y privado en el cantón de Turrialba para lograr la implementación de la “Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19	
Apartado:		
Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19		
Tema:		
Acciones impulsadas por el Estado		
Subtema:		
N/A*		
Descripción:		
En el siguiente cuadro se resumen las acciones que ya han sido impulsadas por el Estado costarricense, a través del ICT, en el marco de la pandemia generada por el COVID-19. La explicación de cada una de las acciones se puede encontrar en el Anexo VIII.		
Información complementaria:		
	Tipo de medida	Acción
	Medidas para ajustar la seguridad sanitaria al COVID-19	1. Instauración de protocolos sanitarios
		2. Capacitación en implementación de protocolos
		3. Sello Safe Travels para empresas turísticas
	Medidas para la promoción del turismo interno e internacional	4. Campaña “Vamos a Turistear”
		5. Promoción internacional del destino
		6. Aviso de viaje EE.UU
	Medidas para la reapertura de las actividades turísticas nacionales	7. Reapertura de alojamientos turísticos
		8. Flexibilización de la restricción vehicular
		9. Reactivación del transporte turístico
		10. Reapertura de playas
		11. Permisos para operar tours al aire libre
		12. Apertura gradual para turismo de reuniones
	Medidas para la reapertura de fronteras	13. Reapertura de casinos
		14. Apertura aérea
		15. Apertura marítima

Medidas para fortalecer la competitividad	16. Rebaja en el precio del jet fuel
Medidas impulsadas por el Consejo Económico del cual el ICT forma parte	17. Readecuaciones crediticias
	18. Peticiones especiales a la banca estatal
	19. Facilidades para obtener capital de trabajo
	20. Fondo de avales y garantías
	21. Bono PYME - Proteger
Iniciativas legislativas apoyadas por el ICT	22. Ley de moratoria del IVA
	23. Fines de semana largos

*N/A: no aplica

Fuente: Adaptación de Instituto Costarricense de Turismo, 2020.

Cuadro 12. Hábitos vacacionales del costarricense 2018.

RESULTADOS	B.5. Proyectos a desarrollar por parte del sector Estatal y privado en el cantón de Turrialba para lograr la implementación de la “Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19	
Apartado:		
Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19		
Tema:		
Acciones impulsadas por el Estado		
Subtema:		
Resumen de encuesta aplicada por el ICT en el año 2018		
Descripción:		
El nombre de esta encuesta es “Hábitos vacacionales del costarricense 2018”. Se aplicó del 5 de marzo al 5 de abril del año 2018. La muestra fue de 2.065 entrevistas efectivas al jefe de hogar o su cónyuge (o persona responsable) de los hogares que realizan salidas con pernoctación cuyo motivo principal fuese la vacación, ocio o placer, o bien visita a familiares y amigos.		
Información complementaria:		
	Pregunta	Respuestas
	Cuándo la familia está planeando sus vacaciones dentro de Costa Rica, ¿utiliza internet?	Si: 62,2% No: 37,7% *Ns/Nr: 0,2%
	Habitualmente, ¿acostumbra su familia aprovechar descuentos o tarifas especiales para vacacionar o sólo en su última vacación?	Si: 32,2% No: 67,8%
	Durante el año 2018 a la fecha, ¿los miembros de este hogar (dos o más personas incluyendo el jefe del hogar o su cónyuge) han realizado paseos?	Si: 38,4% No: 60,3% *Ns/Nr: 1,3%
	Lugar específico a los que acostumbran ir de vacaciones quedándose a dormir (primeras 5 menciones)	San Carlos Liberia Puntarenas Jaco Playa Tamarindo
	Información que requieren al momento de planificar las vacaciones	Actividades en la playa (relacionadas con el disfrute del sol, la arena y el mar): 13,0%

	<p>Actividades en la piscina: 9,9%</p> <p>Caminatas por senderos (con o sin guía): 8,4%</p> <p>Observación general de flora y fauna: 7,6%</p> <p>Aguas termales: 6,3%</p> <p>Visita a los volcanes: 5,6%</p> <p>Actividades deportivas al aire libre: 5,8%</p> <p>Visitar parques nacionales: 5,3%</p> <p>Visita a una comunidad rural y compartir con los habitantes: 4,3%</p> <p>Acampar: 4,6%</p> <p>Visita a museos, teatros, galerías: 3,6%</p> <p>Pesca: 3,4%</p> <p>Andar en bicicleta, cuadraciclo: 3,9%</p> <p>Otros: 18,3%</p>
Tipo de hospedaje que utiliza cuando vacaciona	<p>Cabina: 36,4%</p> <p>Casa de familiares o amigos: 24,8%</p> <p>Hotel: 22,9%</p> <p>Tienda de campaña: 6,8%</p> <p>Casa o apartamento de alquiler: 2,9%</p> <p>Casa o apartamento propio: 4,5%</p> <p>Otros: 1,7%</p>
Pagan el hospedaje usualmente...	<p>En efectivo: 54,4%</p> <p>Tarjeta de crédito: 15,5%</p> <p>Tarjeta de debito: 8,3%</p> <p>Depósito bancario: 8,4%</p> <p>No aplica: 9,9%</p> <p>Transferencia bancaria: 2,7%</p> <p>Otro: 0,8%</p>
Tipo de transporte que utiliza cuando vacaciona	<p>Vehículo propio: 65,0%</p> <p>Autobús/transporte público: 22,9%</p> <p>Vehículo alquilado: 5,2%</p> <p>Bus o buseta de excursión: 3,0%</p> <p>Otro: 3,9%</p>

<p>Dónde hacen cada tiempo de comida (desayuno)</p>	<p>Compran la comida en el lugar de su vacación y la preparan: 23,3% Restaurantes o sodas de la zona: 23,8% Restaurante donde se hospeda: 19,4% Llevan la comida desde su casa y la preparan: 20,8% Llevan la comida hecha: 12,7%</p>
<p>Dónde hacen cada tiempo de comida (almuerzo)</p>	<p>Compran la comida en el lugar de su vacación y la preparan: 21,7% Restaurantes o sodas de la zona: 28,6% Restaurante donde se hospeda: 17,9% Llevan la comida desde su casa y la preparan: 20,5% Llevan la comida hecha: 11,3%</p>
<p>Dónde hacen cada tiempo de comida (cena)</p>	<p>Compran la comida en el lugar de su vacación y la preparan: 22,0% Restaurantes o sodas de la zona: 28,7% Restaurante donde se hospeda: 8,3% Llevan la comida desde su casa y la preparan: 20,2% Llevan la comida hecha: 10,8%</p>
<p>Lugar que fueron de paseo (primeras 10 menciones)</p>	<p>Puntarenas centro Jaco San José centro Orosi San Carlos Cartago centro Turrialba Monteverde Limón centro Upala</p>
<p>*Ns/Nr: no sabe o no respondió</p>	

Fuente: Adaptación de Hábitos Vacacionales del costarricense 2018 del ICT, 2018.

- Acciones impulsadas por la CATUR:

Cuadro 13. Resumen de acciones impulsadas por la CATUR para la reactivación turística.

RESULTADOS	B.5. Proyectos a desarrollar por parte del sector Estatal y privado en el cantón de Turrialba para lograr la implementación de la “Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19																	
Apartado:																		
Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19																		
Tema:																		
Acciones impulsadas por la CATUR																		
Subtema:																		
N/A*																		
Descripción:																		
La Cámara de Turismo de Turrialba ha trabajado fuertemente en las siguientes acciones para apoyar la reactivación turística en el cantón:																		
Información complementaria:																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Acciones</th> <th style="text-align: center;">Objetivo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Plan de Gestión Integral de Destino Turístico</td> <td>El parón turístico ha permitido avanzar en temas que estaban un poco rezagados.</td> </tr> <tr> <td>2. Reapertura del volcán Turrialba</td> <td>El Parque Nacional Volcán Turrialba abrió en diciembre del año 2020, luego de ocho años de estar cerrado al público.</td> </tr> <tr> <td>3. Guía digital cultural de Turrialba</td> <td>El lanzamiento se dio en diciembre de 2020 y es un instrumento de promoción de los atractivos culturales del cantón.</td> </tr> <tr> <td>4. Infografía de aves de Turrialba</td> <td>CATUR tiene identificadas 573 especies de aves, que representan el 61% de las aves de Costa Rica. Se lanzó en diciembre de 2020.</td> </tr> <tr> <td>5. Gigantografía</td> <td>Ya se realizó la instalación de las letras en formato gigante en el parque central del cantón.</td> </tr> <tr> <td>6. Videos promocionales</td> <td>Se publicaron seis videos durante los meses de junio y julio de 2020 para promocionar Turrialba nacional e internacionalmente en los perfiles de redes sociales de la CATUR, televisión nacional y en redes sociales de agencias internacionales.</td> </tr> <tr> <td>7. Publicaciones en redes sociales</td> <td>Se han realizado un gran número de publicaciones en los perfiles oficiales de Instagram y Facebook de la CATUR.</td> </tr> </tbody> </table>			Acciones	Objetivo	1. Plan de Gestión Integral de Destino Turístico	El parón turístico ha permitido avanzar en temas que estaban un poco rezagados.	2. Reapertura del volcán Turrialba	El Parque Nacional Volcán Turrialba abrió en diciembre del año 2020, luego de ocho años de estar cerrado al público.	3. Guía digital cultural de Turrialba	El lanzamiento se dio en diciembre de 2020 y es un instrumento de promoción de los atractivos culturales del cantón.	4. Infografía de aves de Turrialba	CATUR tiene identificadas 573 especies de aves, que representan el 61% de las aves de Costa Rica. Se lanzó en diciembre de 2020.	5. Gigantografía	Ya se realizó la instalación de las letras en formato gigante en el parque central del cantón.	6. Videos promocionales	Se publicaron seis videos durante los meses de junio y julio de 2020 para promocionar Turrialba nacional e internacionalmente en los perfiles de redes sociales de la CATUR, televisión nacional y en redes sociales de agencias internacionales.	7. Publicaciones en redes sociales	Se han realizado un gran número de publicaciones en los perfiles oficiales de Instagram y Facebook de la CATUR.
Acciones	Objetivo																	
1. Plan de Gestión Integral de Destino Turístico	El parón turístico ha permitido avanzar en temas que estaban un poco rezagados.																	
2. Reapertura del volcán Turrialba	El Parque Nacional Volcán Turrialba abrió en diciembre del año 2020, luego de ocho años de estar cerrado al público.																	
3. Guía digital cultural de Turrialba	El lanzamiento se dio en diciembre de 2020 y es un instrumento de promoción de los atractivos culturales del cantón.																	
4. Infografía de aves de Turrialba	CATUR tiene identificadas 573 especies de aves, que representan el 61% de las aves de Costa Rica. Se lanzó en diciembre de 2020.																	
5. Gigantografía	Ya se realizó la instalación de las letras en formato gigante en el parque central del cantón.																	
6. Videos promocionales	Se publicaron seis videos durante los meses de junio y julio de 2020 para promocionar Turrialba nacional e internacionalmente en los perfiles de redes sociales de la CATUR, televisión nacional y en redes sociales de agencias internacionales.																	
7. Publicaciones en redes sociales	Se han realizado un gran número de publicaciones en los perfiles oficiales de Instagram y Facebook de la CATUR.																	

8. Comunicados de prensa	Se ha pautado publicidad en medios de prensa nacional, espacios televisivos, revistas y periódicos para incentivar la visitación del cantón.
9. Promoción de giras con prensa y mayoristas	Se ha invitado a representantes de prensa internacional y agencias mayoristas de Estados Unidos y Europa para mostrar la oferta turística de Turrialba.
10. Lanzamiento de nueva marca	Se está trabajando en conjunto con la Municipalidad y la Cámara de Comercio en la marca "Turrialba, ruralmente auténtico".

*N/A: no aplica

Fuente: Elaboración del autor con datos de la CATUR, 2020.

Cuadro 14. Estudio sobre el público meta para el turismo nacional en Turrialba 2020.

RESULTADOS	B.5. Proyectos a desarrollar por parte del sector Estatal y privado en el cantón de Turrialba para lograr la implementación de la “Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19											
Apartado:												
Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia de COVID-19												
Tema:												
Acciones impulsadas por la CATUR												
Subtema:												
Resumen de encuesta aplicada por la CATUR en mayo del año 2020												
Descripción:												
El nombre de esta encuesta es “Estudio sobre el público meta para el turismo nacional en Turrialba 2020”. Se aplicó del 18 de mayo al 27 de julio del año 2020. La muestra fue de 274 entrevistas efectivas. Se aplicó al público general.												
Información complementaria:												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Pregunta</th> <th>Respuestas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>¿Está usted dispuesto a visitar la zona de Turrialba con sus familiares siempre y cuando las respectivas medidas sanitarias sean cumplidas a cabalidad por parte de los prestadores de servicios?</td> <td>Si: 98,2% No: 1,8%</td> </tr> <tr> <td>¿Estaría usted dispuesto a pasar una o más noches en alguno de los diferentes hoteles que Turrialba le ofrece a sus visitantes?</td> <td>Si: 93,4% No: 6,6%</td> </tr> <tr> <td>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una habitación?</td> <td>De ¢15,000 a ¢25,000: 47,1% De ¢26,000 a ¢ 35,000: 35,4% De ¢36,000 a ¢ 45,000: 13,1% Más de ¢45,000: 2,6% *Ns/Nr: 1,8%</td> </tr> <tr> <td>¿Qué actividad o actividades le gustaría realizar en cuanto pueda? (primeras 5 menciones)</td> <td>Visitar el volcán Turrialba Rafting Avistamiento de aves Canopy Caminatas</td> </tr> </tbody> </table>			Pregunta	Respuestas	¿Está usted dispuesto a visitar la zona de Turrialba con sus familiares siempre y cuando las respectivas medidas sanitarias sean cumplidas a cabalidad por parte de los prestadores de servicios?	Si: 98,2% No: 1,8%	¿Estaría usted dispuesto a pasar una o más noches en alguno de los diferentes hoteles que Turrialba le ofrece a sus visitantes?	Si: 93,4% No: 6,6%	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una habitación?	De ¢15,000 a ¢25,000: 47,1% De ¢26,000 a ¢ 35,000: 35,4% De ¢36,000 a ¢ 45,000: 13,1% Más de ¢45,000: 2,6% *Ns/Nr: 1,8%	¿Qué actividad o actividades le gustaría realizar en cuanto pueda? (primeras 5 menciones)	Visitar el volcán Turrialba Rafting Avistamiento de aves Canopy Caminatas
Pregunta	Respuestas											
¿Está usted dispuesto a visitar la zona de Turrialba con sus familiares siempre y cuando las respectivas medidas sanitarias sean cumplidas a cabalidad por parte de los prestadores de servicios?	Si: 98,2% No: 1,8%											
¿Estaría usted dispuesto a pasar una o más noches en alguno de los diferentes hoteles que Turrialba le ofrece a sus visitantes?	Si: 93,4% No: 6,6%											
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una habitación?	De ¢15,000 a ¢25,000: 47,1% De ¢26,000 a ¢ 35,000: 35,4% De ¢36,000 a ¢ 45,000: 13,1% Más de ¢45,000: 2,6% *Ns/Nr: 1,8%											
¿Qué actividad o actividades le gustaría realizar en cuanto pueda? (primeras 5 menciones)	Visitar el volcán Turrialba Rafting Avistamiento de aves Canopy Caminatas											

¿Contrataría tours locales para tener un conocimiento más profundo de la cultura local que está visitando?	Si: 79,2% No: 19,3% *Ns/Nr: 1,5%
¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un tour?	Menos de ¢15,000: 48,2% De ¢16,000 a ¢30,000: 44,2% De ¢31,000 a ¢50,000: 5,1% Más de ¢50,000: 0,4% *Ns/Nr: 2,2%
¿Contrataría guías locales para tener una experiencia más auténtica?	Si: 75,2% No: 24,8%
¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por el servicio de guiado?	Menos de ¢10,000: 40,1% De ¢10,000 a ¢20,000: 46,4% De ¢21,000 a ¢30,000: 6,2% Más de ¢31,000: 1,1% *Ns/Nr: 6,2%
¿Realiza usted turismo local o nacional con frecuencia?	Si: 80,7% No: 19,3%
¿Cuál es su principal objetivo a la hora de realizar turismo nacional? (primeras 5 menciones)	Recreación y dispersión Actividades al aire libre Actividades de aventura Conocer la cultura local Realizar deportes
¿Con qué frecuencia visita reservas naturales o áreas protegidas cuando viaja localmente? (orden de mención)	Intento incluirlas en mi itinerario de viaje: #1 Me encantan e intento conocer más áreas protegidas o reservas naturales cuando viajo: #2 Rara vez visitó áreas protegidas o reservas naturales: #3 No suelo visitar áreas protegidas o reservas naturales: #4
¿Ha visitado Turrialba anteriormente?	Si: 60,9% No: 17,9% Reside en Turrialba: 21,2%

¿Si su respuesta anterior fue Sí, cuánto duró su estadía en Turrialba?	Un día: 29,2% Dos días: 17,9% Tres días: 8,0% Más de tres días: 11,7% *Ns/Nr: 33,2%
¿Cuántas noches se hospedó en Turrialba?	Una noche: 31,0% Dos noches: 10,9% Tres noches: 2,6% Más de tres noches: 7,7% *Ns/Nr: 47,8%
Sus paseos, a Nivel Nacional, son generalmente de (orden de mención):	Fin de semana: #1 De más de tres días: #2 Entre semana: #3 De más de una semana: #4
¿Aproximadamente cuánto invierte en cada viaje?	Menos de ¢50,000: 18,2% De ¢50,000 a ¢100,000: 52,2% De ¢100,000 a ¢200,000: 21,2% Más de ¢200,000: 8,4%
*Ns/Nr: no sabe o no respondió	

Fuente: Adaptación de Estudio sobre el público meta para el turismo nacional en Turrialba 2020 de la CATUR, 2020.

Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19

Esta estrategia se basa en la elaboración de un proceso complementario entre las acciones que ya fueron impulsadas tanto por parte del Estado costarricense a través del ICT, como por la Cámara de Turismo de Turrialba; las cuales serán complementadas por las acciones a desarrollar propuestas en este apartado.

Luego del hacer el diagnóstico de la situación del turismo en el cantón de Turrialba, fue posible identificar una serie de problemas estructurales que ya existían previo a la pandemia generada por el virus del COVID-19. Esto llevó al investigador a buscar la forma de sistematizar el proceso de identificación de problemas, para poder generar una estrategia basada en brindar soluciones a esos problemas identificados en el diagnóstico.

Según Checkland y Scholes, como se cita en Liévano y Londoño (2012), el pensamiento sistémico puede ser aplicado en múltiples áreas del conocimiento; es una herramienta poderosa que permite al especialista abordar cualquier tipo de situaciones problemáticas y le ayuda a construir modelos de la realidad con el fin de plantear políticas de mejora. Esta técnica ayuda a entender muchos de los comportamientos reales y facilita ver los problemas bajo otras perspectivas.

Es por esto que el investigador decidió utilizar la técnica de árbol de problemas, en donde “el tronco representa el problema principal, las raíces significan las causas y las ramas los efectos” (ICAP, 2021). A continuación, se presenta una figura que refleja los principales problemas que resultaron del diagnóstico de la situación del turismo en el cantón de Turrialba:

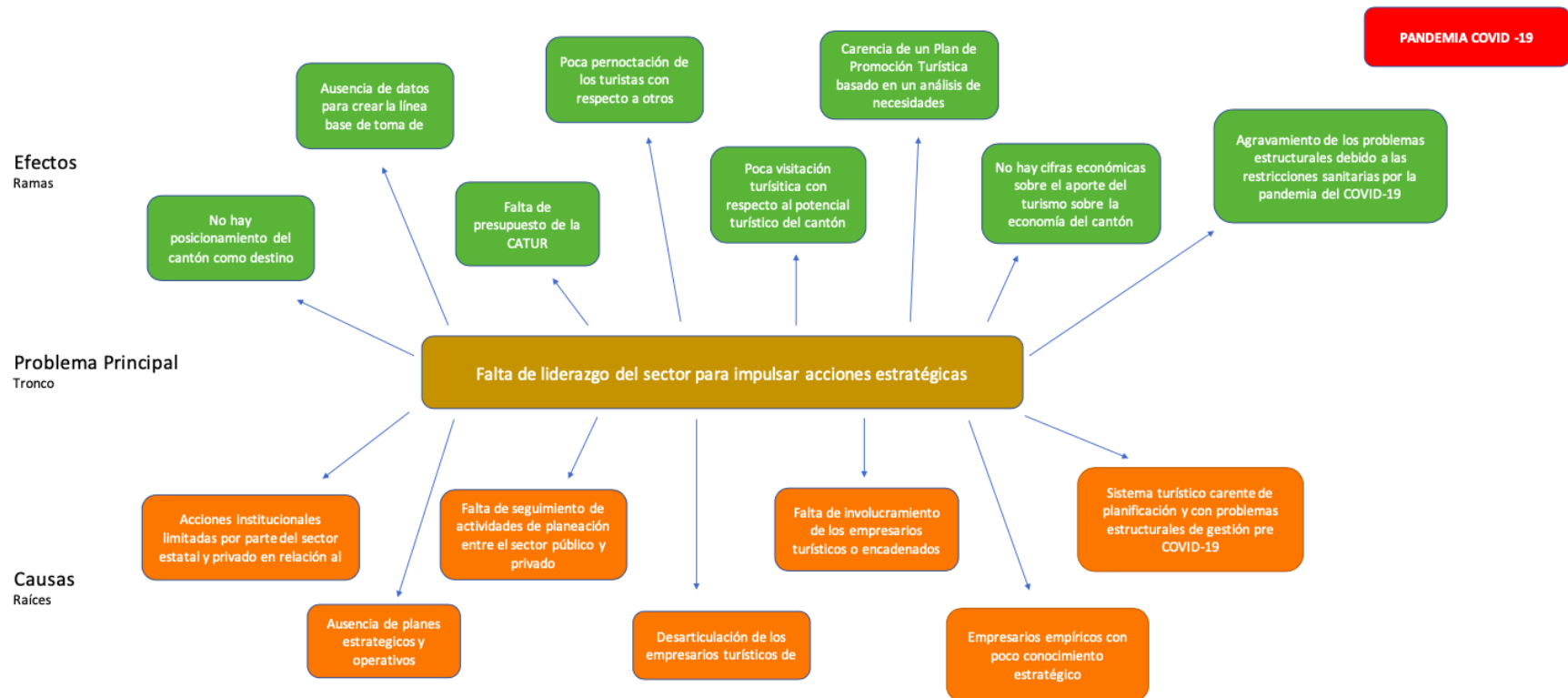


Figura 15. Árbol de problemas.

Fuente: Elaboración del autor, 2021.

Como se observa en la figura anterior, el principal problema de la realidad turística del cantón de Turrialba es la falta de liderazgo del sector para impulsar acciones estratégicas, el cual se podría solventar brindando soluciones a los problemas que derivan de este.

De esta forma, el investigador basa la Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19 en brindar soluciones a los problemas críticos para generar una hoja de ruta que se plantea en el siguiente cuadro:

Cuadro 15. Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19.

Problema	Proyecto(s)	Objetivo(s)	Indicador(es)	Meta(s)	Plazo(s)	Responsables de ejecución
Acciones institucionales limitadas por parte del sector estatal y privado en relación al tema de gestión turística.	Atracción de inversión privada y extranjera. <i>- La oferta de hospedaje en Turrialba es poca comparada con destinos considerados competencia como La Fortuna y Monteverde.</i>	Generar condiciones atractivas para inversionistas privados y extranjeros que aporten al desarrollo del turismo en el cantón de Turrialba.	Cantidad de inversionistas privados y extranjeros.	Encontrar al menos un inversionista privado o extranjero que desarrolle un proyecto turístico de alto impacto en Turrialba.	Largo plazo: De dos años a cuatro años desde la implementación de la estrategia.	Municipalidad de Turrialba con apoyo del ICT, la CATUR y la Cámara de Comercio, Turismo y Servicios de Turrialba.
Ausencia de planes estratégicos y operativos.	Elaboración de un Plan Estratégico y de Planes Operativos.	Elaborar un Plan Estratégico para los próximos cuatro años. Elaborar Planes Operativos anuales que permitan la consecución de las metas planteadas en el Plan Estratégico.	Finalización y aplicación de un Plan Estratégico y Planes Operativos.	Elaborar un Plan Estratégico para los próximos cuatro años y Planes Operativos anuales que permitan alcanzar las metas trazadas en el Plan Estratégico.	Mediano plazo: De seis meses a dos años desde la implementación de la estrategia.	CATUR con apoyo de estudiantes universitarios de carreras afines al turismo y la administración.
Falta de seguimiento de actividades de planeación entre el sector público y privado.	Designar una persona específica que se encargue de la comunicación y seguimiento entre los diferentes actores del sector	Mantener la mejor comunicación y seguimiento posible entre los empresarios del sector turístico de Turrialba y el ICT.	Aumentar la interacción en la comunicación entre la CATUR y el ICT.	Asignar una o dos personas que se encarguen de mantener la comunicación abierta y fluida con el ICT.	Corto plazo: Dentro de los primeros tres a seis meses desde la implementación de la estrategia.	CATUR.

	privado y público involucrados con la gestión del sector turístico.					
Desarticulación de los empresarios turísticos de Turrialba. *	Fomentar los encadenamientos o alianzas comerciales para el trabajo conjunto entre personas empresarias turísticas en el cantón de Turrialba.	Contribuir a la competitividad de los productos del sector turístico del cantón de Turrialba con respecto a otros destinos turísticos considerados competencia directa.	Cantidad de recorridos integrados ofrecidos en la página web de la CATUR.	Ofrecer a los visitantes del cantón de Turrialba al menos un recorrido de un día, un recorrido de dos días y un recorrido de tres días en el sitio web de la CATUR. (Ver Anexo IX)	Corto plazo: Dentro de los primeros tres a seis meses desde la implementación de la estrategia.	CATUR.
Empresarios empíricos con poco conocimiento estratégico.	Capacitación de los empresarios turísticos del cantón de Turrialba.	Capacitar a los empresarios turísticos en temas de planeación estratégica que les permita desarrollar proyectos sostenibles económicamente en el tiempo.	Número de empresarios turísticos que logran asistir a las capacitaciones.	Capacitar al 100% de los socios de la CATUR y ofrecer el programa de capacitación al 100% de los empresarios turísticos del cantón.	Largo plazo: De dos años a cuatro años desde la implementación de la estrategia.	CATUR con colaboración del INA y las universidades estatales.
Falta de involucramiento de los empresarios turísticos o encadenados al sector.	Elaboración de un sello distintivo por parte de la CATUR.	Elaborar un sello distintivo para las empresas asociadas a la CATUR.	Porcentaje de empresas que obtienen el sello distintivo.	Lograr que el 100% de los socios de la CATUR obtengan un sello distintivo que puedan utilizar en sus establecimientos comerciales, en sus sitios web y	Corto plazo: Dentro de los primeros tres a seis meses desde la implementación de la estrategia.	CATUR.

				sus redes sociales.		
No hay posicionamiento del cantón como destino turístico. *	<p>Elaboración de la estrategia de promoción turística del cantón de Turrialba. La estrategia deberá establecer los componentes en el corto, mediano y largo plazo para lograr los objetivos planteados según las poblaciones meta identificadas. Para iniciar se planea generar actividades de baja inversión, pero alto impacto que logren avanzar en la consolidación de Turrialba como destino turístico pos pandemia.</p> <p><i>- Un ejemplo práctico de esto es la creación de un concurso de fotografía, en el cual los visitantes puedan subir las fotografías que toman en Turrialba a un portal en línea y los primeros tres lugares reciben beneficios en su</i></p>	Dar a conocer al cantón de Turrialba como destino turístico en el mercado nacional e internacional.	Cantidad de nuevas iniciativas que promocionen las actividades turísticas.	Generar al menos tres proyectos de bajo costo que ayuden a promocionar los productos turísticos ofrecidos en el cantón de Turrialba.	Corto plazo: Dentro de los primeros tres a seis meses desde la implementación de la estrategia.	CATUR con la colaboración de empresarios turísticos.

	<i>próxima visita a Turrialba.</i>					
Ausencia de datos para crear la línea base de toma de decisiones.	Creación de un programa de sistematización y archivo de información en la Cámara de Turismo de Turrialba.	Crear un archivo físico y digital de la información bibliográfica que genera y recibe la CATUR, así como de registros de visitación, que sirva como medio de referencia para la toma de decisiones futuras.	Existencia de la base de datos "línea base" del sector turismo para la toma de decisiones en el cantón de Turrialba.	Contar con una biblioteca digital y una física más robustas que faciliten el acceso a la información para la toma de decisiones.	Mediano plazo: De seis meses a dos años desde la implementación de la estrategia.	CATUR con apoyo de estudiantes universitarios de carreras afines al turismo y la administración.
Falta de presupuesto de la CATUR.	Generación de alianzas estratégicas entre la CATUR y empresas privadas.	Desarrollar alianzas estratégicas con empresas que cumplan con la Política Nacional de Responsabilidad Social Empresarial para que colaboren con la CATUR.	Número de alianzas estratégicas con empresas privadas.	Establecer al menos una alianza estratégica con una empresa privada que cumpla con la Política Nacional de Responsabilidad Social Empresarial.	Mediano plazo: De seis meses a dos años desde la implementación de la estrategia.	CATUR con apoyo de empresas privadas.
	Fortalecimiento de las alianzas estratégicas entre la CATUR y universidades y otros organismos de educación que puedan generar proyectos conjuntos de investigación.	Desarrollar alianzas estratégicas con universidades que permitan a sus estudiantes hacer sus prácticas profesionales con la CATUR.	Número de alianzas estratégicas con universidades y otros centros de enseñanza.	Establecer al menos cuatro alianzas estratégicas con universidades que permitan a sus estudiantes realizar sus prácticas profesionales con la CATUR.	Mediano plazo: De seis meses a dos años desde la implementación de la estrategia.	CATUR con apoyo de estudiantes universitarios de carreras afines al turismo y la administración.
Poca pernoctación de	Potencialización de los atractivos	Fortalecer los atractivos	Cantidad de visitantes	El 50 % de los atractivos del	Corto plazo: Dentro de los	Administración del Monumento

<p>los turistas con respecto a otros destinos turísticos.</p>	<p>turísticos actuales mediante intervenciones de bajo costo, pero alto impacto. Por ejemplo, creación de recorridos nocturnos en el Monumento Nacional Guayabo durante los meses de verano.</p> <p><i>- El Monumento Nacional Guayabo ya ofrece este recorrido los fines de semana del mes de octubre y es muy exitoso, por lo que sería posible habilitarlo más fechas al año.</i></p>	<p>turísticos actuales mediante inversiones de bajo costo y que permitan incrementar el flujo de turistas hacia el cantón de Turrialba, así como aumentar el promedio de pernoctación de los visitantes.</p>	<p>adicionales al flujo promedio resultado de las intervenciones de bajo impacto realizadas en los atractivos del cantón.</p> <p>Aumento en la cantidad de nuevos paquetes, recorridos, festivales culturales, ferias y otros eventos turísticos nocturnos ofrecidos a los visitantes.</p>	<p>cantón aumentan su visitación promedio debido a las intervenciones de bajo impacto realizadas.</p> <p>Ofrecer al menos dos actividades nocturnas más que contribuyan con el aumento en la pernoctación de los visitantes del cantón de Turrialba.</p>	<p>primeros tres a seis meses desde la implementación de la estrategia.</p>	<p>Nacional Guayabo con apoyo del SINAC, de la CATUR y de la Municipalidad de Turrialba.</p>
<p>Poca visitación turística con respecto al potencial turístico del cantón. *</p>	<p>Generación de nuevas actividades de baja inversión que se incorporen a la oferta actual de atractivos turísticos y que incentiven la visitación en el corto plazo.</p> <p><i>- Un ejemplo de esto es la creación de un nuevo mirador con vista al Valle de Turrialba, nuevos senderos, o espacios naturales</i></p>	<p>Aumentar la cantidad de productos turísticos que se ofrecen en el cantón de Turrialba enfatizando en aquellos adaptados a la demanda del público costarricense pos pandemia del COVID-19.</p>	<p>Cantidad de nuevas actividades o atractivos ofrecidas a los visitantes.</p>	<p>Ofrecer al menos tres nuevos productos de baja inversión a los visitantes de Turrialba.</p>	<p>Corto plazo: Dentro de los primeros tres a seis meses desde la implementación de la estrategia.</p>	<p>Empresarios turísticos y dueños de propiedades que quieran aprovechar el recurso paisajístico de sus terrenos.</p>

	<i>en donde los visitantes quieran tomarse fotografías.</i>					
	Creación de espacios para recibir clientes con mascotas. <i>- Existen grupos en redes sociales con más de 15,000 miembros que buscan este tipo de comercios.</i>	Habilitar espacios en hoteles y restaurantes para visitantes que viajan con sus mascotas.	Número de hoteles y restaurantes que habiliten este tipo de espacios.	Ofrecer a los visitantes al menos tres hoteles y cinco restaurantes que reciban clientes con mascotas.	Mediano plazo: De seis meses a dos años desde la implementación de la estrategia.	Empresarios turísticos.
	Promoción del etno-turismo como actividad diversificadora dentro de los territorios indígenas del cantón.	Promover el desarrollo de empresas de etno-turismo en los territorios indígenas del cantón.	Cantidad de productos turísticos desarrollados en los territorios indígenas de Turrialba.	Ofrecer al menos dos productos turísticos que beneficien a las personas indígenas del cantón de Turrialba.	Mediano plazo: De seis meses a dos años desde la implementación de la estrategia.	CATUR en conjunto con la Municipalidad de Turrialba y empresas privadas.
	Aumentar el número de atractivos turísticos que visitan las personas que ingresan al Parque Nacional Volcán Turrialba.	Lograr que los visitantes del Parque Nacional Volcán Turrialba visiten el centro de Turrialba y sus alrededores.	Número de personas que visitan otros atractivos del cantón de Turrialba además del volcán.	Ofrecer al 100% de los visitantes al menos tres actividades que complementen la visita al cráter del volcán Turrialba.	Corto plazo: Dentro de los primeros tres a seis meses desde la implementación de la estrategia.	CATUR con colaboración de la Municipalidad de Turrialba y el SINAC.
	Consolidar un flujo de visitantes hacia del cantón de Turrialba desde el sector Caribe.	Atraer turismo nacional de las zonas de Guápiles, Limón y sus alrededores mediante alianzas estratégicas con empresarios turísticos y	Cantidad de alianzas estratégicas establecidas con empresarios y cámaras turísticas del Caribe.	Lograr al menos dos alianzas estratégicas con empresarios caribeños.	Mediano plazo: De seis meses a dos años desde la implementación de la estrategia.	SINAC en coordinación con la Municipalidad de Turrialba, las comunidades indígenas y empresarios locales.

		<p>cámaras turísticas del Caribe.</p> <p><i>* Por la cercanía con Turrialba el Caribe es un potencial nicho de mercado para atraer turismo nacional. Un tema central en este aspecto sería la apertura de una entrada al Parque Nacional Barbilla por el sector de Turrialba.</i></p>				
	<p>Creación de un espacio físico para la oferta al visitante de productos gastronómicos tradicionales del cantón de Turrialba. Inicialmente se habilitaría un espacio en el que los productores puedan ofrecer a los visitantes su oferta gastronómica los fines de semana.</p> <p><i>- Se podría habilitar un espacio tipo feria en el campus de la UCR, en las instalaciones de la</i></p>	<p>Incorporar la oferta gastronómica tradicional del cantón de Turrialba dentro del producto turístico que se ofrece en el cantón.</p>	<p>Cantidad de espacios habilitados para desarrollar un mercadito de gastronomía local.</p>	<p>Apertura de al menos un lugar específico para la comercialización de productos gastronómicos.</p>	<p>Corto plazo: Dentro de los primeros tres a seis meses desde la implementación de la estrategia.</p>	<p>Productores locales con apoyo de la CATUR y la Municipalidad de Turrialba.</p>

	<i>Feria del Agricultor, o en algún terreno municipal que se encuentre ocioso.</i>					
	Construcción de un campo ferial en el cantón de Turrialba.	Construir un campo ferial para el cantón de Turrialba, siendo la opción de trabajo conjunto entre el INDER y la Cámara de Turismo y el gobierno local una opción muy importante a considerar.	Apertura del proceso de solicitud en el INDER. Obtención de un terreno apto para la creación de un campo ferial en el territorio Turrialba – Jiménez.	Contar con un campo ferial en donde se puedan ofrecer productos de la zona y además se puedan organizar más eventos programados masivos.	Largo plazo: De dos años a cuatro años desde la implementación de la estrategia.	CATUR con colaboración del INDER.
Carencia de un Plan de Promoción Turística basado en un análisis de necesidades.	Creación de un Plan de Promoción Turística.	Crear un Plan de Promoción Turística para la CATUR que permita aumentar la visitación al cantón de Turrialba.	Finalización de un Plan de Promoción Turística.	Contar con un Plan de Promoción Turística elaborado por estudiantes universitarios.	Mediano plazo: De seis meses a dos años desde la implementación de la estrategia.	CATUR con apoyo de estudiantes universitarios de carreras afines a mercadeo, publicidad y al turismo.
	Creación de una Oficina de Promoción Turística en Turrialba.	Incrementar la promoción turística del cantón de Turrialba a través de la promoción de sus atractivos turísticos.	Apertura de una Oficina de Promoción Turística.	Contar con al menos un espacio y una persona a cargo de una Oficina de Promoción Turística en Turrialba a cargo de la Municipalidad.	Mediano plazo: De seis meses a dos años desde la implementación de la estrategia.	Municipalidad de Turrialba, en conjunto con la Cámara de Turismo de Turrialba y la Cámara de Comercio, Turismo y Servicios de Turrialba.
	Promoción del turismo sostenible como actividad diversificadora en	Incrementar la cantidad de proyectos de turismo sostenible	Número de nuevos proyectos turísticos ubicados en las	Habilitar al menos tres nuevos recorridos que permitan apreciar	Largo plazo: De dos años a cuatro años desde la	Dueños de propiedades colindantes a las áreas protegidas

	las zonas de amortiguamiento de las Áreas Silvestres Protegidas del cantón.	desarrollados en las zonas de amortiguamiento de las Áreas Silvestres Protegidas.	zonas de amortiguamiento de las áreas silvestres protegidas incorporados en la oferta del cantón.	el recurso paisajístico de Turrialba.	implementación de la estrategia.	que quieran aprovechar el recurso paisajístico de sus terrenos.
No hay cifras económicas sobre el aporte del turismo a la economía del cantón.	Creación de un comité municipal que se encargue de recopilar información sobre el impacto económico de la actividad turística en el cantón de Turrialba.	Recopilar información del impacto económico del turismo que permita tomar decisiones de inversión informadas.	Cantidad de información recopilada por parte del comité municipal.	Lograr que el 100% de los empresarios turísticos brinden información a la municipalidad sobre el impacto económico de dicha actividad.	Mediano plazo: De seis meses a dos años desde la implementación de la estrategia.	Municipalidad de Turrialba, con colaboración de la CATUR y los empresarios turísticos del cantón.

*Estos son los tres problemas principales y que requieren de una pronta intervención.

Fuente: Elaboración del autor, 2021.

De la estrategia anterior es importante destacar que los tres problemas prioritarios y que requieren una intervención más pronta son:

- Desarticulación de los empresarios turísticos de Turrialba.
- No hay posicionamiento del cantón como destino turístico.
- Poca visitación turística con respecto al potencial turístico del cantón.

Buscar darles solución a estos problemas permitirá iniciar el camino de la recuperación turística y económica del cantón de Turrialba, a base de proyectos de baja inversión pero que generarían un alto impacto en la visitación turística. A continuación, se presentan algunos ejemplos de los ejes centrales de esta Estrategia de Reactivación Turística.

Ejes centrales de la Estrategia de Reactivación Turística propuesta

1. Actividades para el corto plazo de baja inversión y alto impacto

La crisis socio económica provocada por la pandemia obligó a repensar las inversiones que se realizan en los diferentes niveles del sector público y privado, siendo los gobiernos locales y el sector turismo uno de los principales afectados por la disminución de ingresos.

Existen actividades que pueden realizarse con una baja inversión pero que pueden generar un alto impacto, con una difusión que permita aumentar el posicionamiento de Turrialba como un destino turístico consolidado en Costa Rica. Estas actividades pueden realizarse desde el sector público o privado, siendo que se necesita el trabajo conjunto y apoyo intersectorial para lograr facilitar los procesos de inversión y creación de estos dinamizadores de la economía.

A continuación, se presentan ejemplos de este tipo de actividades:

- Concursos en línea de fotografía donde se insta a los visitantes a concursar por la mejor fotografía de sus vacaciones en el cantón. Estos pueden ser temáticos, como destino ideal para familias, ciclismo, paseos con las mascotas, aventura, entre otros.
- Creación de videos cortos con los destinos secretos o desconocidos del cantón, resaltando las bellezas naturales y el valor cultural-arqueológico del destino.
- Talleres básicos de pintura en hoteles de montaña o con recursos paisajísticos que inspiren a las personas a pintar el paisaje que observan.
- Promoción de caminatas, senderismo, ciclismo de montaña en sectores específicos del cantón, dando énfasis en el atractivo paisajístico.
- Fomento de los recorridos nocturnos en el Monumento Nacional Guayabo, actividad urgente y prioritaria para aprovechar las vacaciones de inicio de año. La propuesta es lograr la coordinación interinstitucional para realizar recorridos todos los fines de semana de la época seca.
- Promoción de puntos clave del cantón para el disfrute del paisaje, vinculándolo con sectores donde se pueden realizar actividades de día de campo o recorridos de unas horas.
- Actividades de días de campo o de acampar en zonas de alto atractivo paisajístico y con facilidad de ingreso para el público meta seleccionado de la matriz de *“Poblaciones Meta para la Promoción Turística”* propuesta por el autor en el apartado B.4.
- Creación de un nuevo mirador con vista al Valle de Turrialba, nuevos senderos o espacios naturales en donde los visitantes quieran ir a tomarse fotografías.

Ejemplos específicos de actividades de bajo costo:

Festival de fotografía de naturaleza en burbuja social:

- Se coordina con sitios turísticos de la zona para realizar la actividad conjuntamente en un fin de semana.

- Se coordina con fotógrafos que puedan dar un mini curso durante los recorridos con pautas generales para lograr las mejores fotografías.
- Se maneja todo con reservación, aplicando todos los protocolos de seguridad y respetando el distanciamiento social entre burbujas.
- El guía puede usar un megáfono para dar instrucciones o atender una por una a las burbujas sociales en los lugares donde se vaya a fotografiar fauna.
- Puede aplicar lo mismo para un taller básico de pintura durante un fin de semana.



* Imagen con fines ilustrativos de potencial evento a realizar.

Figura 16. Ejemplo de afiche para promocionar un concurso de fotografía en Turrialba.

Fuente: Elaboración del autor, 2021.

Tour Místico Nocturno en Guayabo todos los fines de semana de época seca (viernes, sábado, domingo):

- Se coordina con guías locales (U-Sure), Municipalidad de Turrialba, Cámara de Turismo y SINAC.
- Buscar convenios con restaurantes locales y hoteles de la zona.

- Ofrecer actividades complementarias para los menores acompañantes, como por ejemplo sesiones de cuentos y leyendas.



Figura 17. Afiche promocional del Tour Místico Nocturno en Guayabo 2019.

Fuente: Perfil de Facebook de U-Sure, 2019.

Caminatas o ciclismo recreativo en puntos de alto atractivo paisajístico:

- Promoción de los lugares que ya realizan la actividad.
- Asesoría a los propietarios de otros terrenos que podrían unirse.
- Senderismo en burbujas familiares asociado con días de campo.
- Coordinar con restaurantes locales para ofrecer desayunos y almuerzos.

- Coordinar con otras actividades complementarias, como el Tour Nocturno del Jardín Botánico del CATIE, para incentivar la pernoctación de los visitantes en Turrialba.



Figura 18. Actividades recreativas al aire libre para niños.

Fuente: Perfil de Facebook de Hacienda La Central, 2019.



Figura 19. Actividades de días de campo para burbujas sociales.

Fuente: Perfil de Facebook de Hacienda La Central, 2019.

2. El paisaje como atractivo

La diversidad paisajística de Turrialba es uno de sus mayores atractivos y elementos diferenciadores con respecto a otros destinos que son su competencia directa. Por lo que debe reconocerse la necesidad de su gestión integral y uso como elemento central en la propuesta de reactivación.

En el cantón de Turrialba existen ríos de gran atractivo, vistas a las montañas, paisaje agropecuario, paisaje urbano, paisaje arqueológico, entre otros.

La inversión para potenciar el paisaje puede realizarse desde el sector público o privado, con miradores como los pertenecientes al ICT en Orosi y Ujarrás, o como los miradores que se han convertido en una fuente de atracción en diferentes puntos dentro y fuera de Costa Rica.

Ejemplos del paisaje y su uso como atractivo en proyectos del sector público y privado:



Figura 20. Mirador de Ujarrás, propiedad del Estado costarricense.

Fuente: Sitio web de visitcostarica.com, 2021.



Figura 21. Mirador en Hacienda La Chimba, Santa Ana, Costa Rica.

Fuente: Perfil de Facebook de Hacienda La Chimba, 2020.



Figura 22. Mirador de la mano gigante, Huila, Colombia.

Fuente: Perfil de Facebook de Paso Viajero, 2019.

3. Ferias virtuales o ferias con distanciamiento social para promoción de productos gastronómicos

El territorio de Turrialba es famoso por su tradición en producción de queso, siendo la Feria del Queso un evento anual que se ha convertido en uno de los atractivos estacionales que genera mayor atracción de visitantes al cantón. Con el fin de generar un flujo de turismo a la zona se podría evaluar organizar esta feria por varios fines de semana durante unos meses como proyecto piloto.

Por medio del distanciamiento social y las medidas de seguridad se podría lograr un acuerdo con las autoridades sanitarias para generar esta actividad respetando las restricciones establecidas por el Ministerio de Salud y la Municipalidad de Turrialba. Por ejemplo, con quioscos separados y ubicados en un lugar amplio como el campus del CATIE, el de la UCR, en las instalaciones de la Feria del Agricultor, o en algún terreno municipal que se encuentre ocioso.

Ejemplo de ferias con distanciamiento social para la promoción de productos gastronómicos:



Figura 23. Feria del Agricultor de Tegucigalpa, Honduras.

Fuente: Sitio web del Gobierno de la República de Honduras, 2020.

4. Mercadeo a través de “influencers”

El mercadeo a través de *influencers* es una técnica moderna de mercadeo que consiste en dar a conocer una marca, producto, empresa o servicio por medio de personas que tenga una gran exposición en internet, ya sea a través de redes sociales como Facebook e Instagram, o por medio de canales de video digitales como YouTube, blogs digitales, entre otras.

Este tipo de personas por lo general tienen a miles de personas siguiendo las actividades que ellos mismos publican en sus perfiles digitales. Por lo que son capaces de llegar a diferentes públicos meta en un tiempo tan corto como tan solo 24 horas. Lo que puede ayudar a posicionar a Turrialba como un destino turístico entre la población local.

Las principales ventajas de implementar este tipo de mercadeo son:

- Los mensajes que transmite el *influencer* son generalmente positivos.
- Aumenta el interés de las personas seguidoras o subscriptoras en los productos o servicios mencionados por el *influencer*.
- Los principales consumidores de los productos ofrecidos son la generación milenial, que generalmente son consumistas y tienen una buena capacidad de compra.
- El producto, en este caso el destino turístico, gana notoriedad rápidamente entre diferentes públicos meta.

Ejemplo de una campaña de mercadeo a través de *influencers*:

- Identificar los *influencers* más relevantes para el tipo de población meta al que se quiera llegar. Ver la matriz de “*Poblaciones Meta para la Promoción Turística*” en el apartado B.4
- Se coordina con uno o varios *influencers* para promocionar el cantón de Turrialba como destino turístico a nivel nacional.

- Se coordina con hoteles y restaurantes que ofrezcan sus productos y servicios sin costo por un fin de semana al *influencer* para que este dé a conocer dichos productos y servicios.
- En caso de aperturas o inauguraciones de algún tipo de actividad, producto o servicio se les puede invitar a formar parte de la inauguración para que los *influencers* hagan llegar toda la información relevante del nuevo producto, actividad o servicio a sus seguidores en tiempo real.

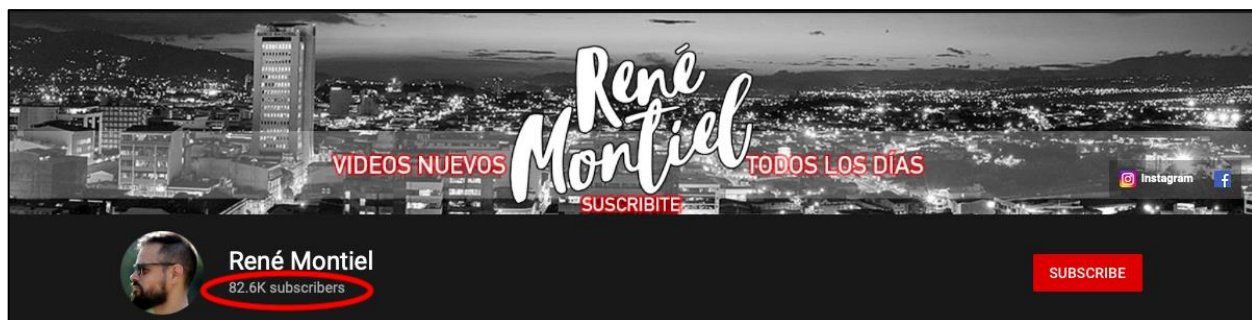


Figura 24. Canal de YouTube de René Montiel, que muestra que tiene más de 82,000 seguidores.

Fuente: Canal de YouTube de René Montiel, 2021.

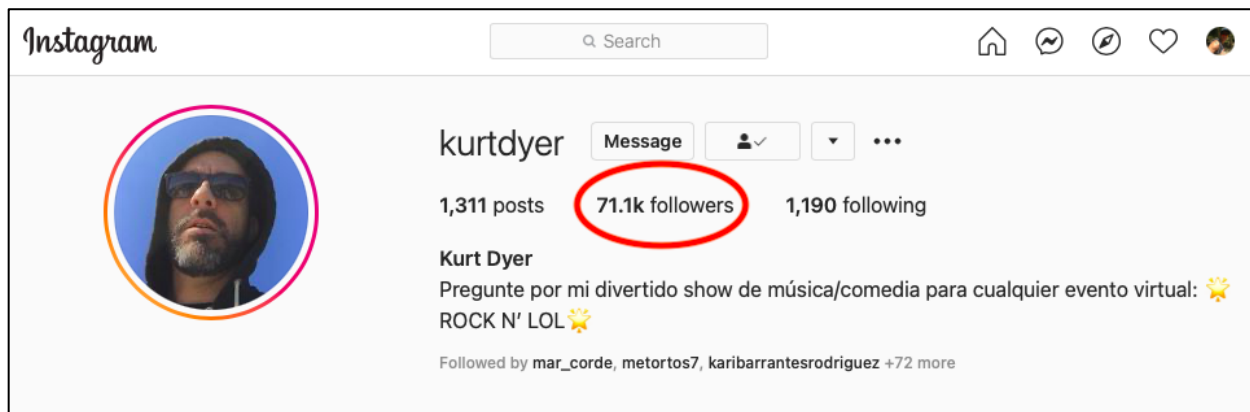


Figura 25. Perfil de Instagram de Kurt Dyer, que muestra que tiene más de 71,000 seguidores.

Fuente: Perfil de Instagram de Kurt Dyer, 2021.

CAPITULO VI

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Conclusiones Generales

Luego de haber realizado la investigación, la primera conclusión a la que llegó el investigador es que los problemas estructurales del sector turístico del cantón de Turrialba existían antes de la llegada de la pandemia del COVID-19. El problema sanitario profundizó las debilidades del sistema turístico y generó otras nuevas que agravaron la situación de los empresarios involucrados en esta actividad.

La reactivación económica a través de la actividad turística en el cantón de Turrialba no solamente recae sobre la cámara de turismo, sino que requiere un esfuerzo interinstitucional que también involucre al sector privado.

No existen datos detallados sobre el turismo en el cantón de Turrialba, los datos que maneja el ICT son a nivel regional y eso limita la toma de decisiones. La Municipalidad de Turrialba, en conjunto con el ICT, el INA, el INDER, por mencionar algunas de las instituciones públicas presentes en la zona, podrían contribuir a que se dé una mejor gestión del turismo en la zona desde la planificación de ordenamiento territorial, la coordinación institucional y el trabajo conjunto de desarrollo de investigación que contribuya con la generación de datos más específicos para el cantón.

La Universidad de Costa Rica (UCR) tiene una sede regional en el cantón de Turrialba, lo que representa una fortaleza para el cantón. Esta institución académica podría ayudar a crear una visión estratégica en el sector turístico del cantón de Turrialba a través de mayor cantidad de investigaciones y publicaciones académicas llevadas a cabo

específicamente en la zona de Turrialba y sus alrededores. Lo mismo sucede con el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE). Se recomienda que se dé un mayor acercamiento entre las instituciones de educación superior en el cantón conjuntamente con el gobierno local, asociaciones y grupos organizados y con la Cámara de Turismo.

Existen factores externos que pocas veces son tomados en cuenta que pueden afectar de manera negativa al cantón de Turrialba y que le restan competitividad como destino turístico. Un ejemplo de esto es la susceptibilidad que presenta el centro del pueblo a las inundaciones. Esto podría ser solucionado en el largo plazo a través de herramientas de planificación como ordenamiento territorial en donde se incorpore adecuadamente la gestión de riesgo ante amenazas naturales.

Existe una necesidad de una mayor coordinación interinstitucional entre los diferentes actores que integran las fuerzas vivas del cantón de Turrialba. Se debería generar un plan de inversiones basados en planeamiento estratégico cantonal, donde el desarrollo rural, gestión del turismo sostenible y sostenibilidad sean bases del mismo.

Además, se concluye la necesidad de generar un plan de implementación de actividades de bajo costo y alto impacto en el cantón. Por ejemplo, con recorridos nocturnos en el Monumento Nacional Guayabo en la época seca. Actualmente, dicha actividad se realiza en unas pocas fechas durante el año. Este tipo de actividades podrán aportar a la reactivación económica con una baja inversión.

Conclusiones del Objetivo Específico 1

Parte de las causas de los problemas del sistema turístico, es que no se ha dado seguimiento a los resultados del Plan de Desarrollo Turístico (2002 – 2012), en donde se definen seis áreas estratégicas para el desarrollo adecuado de la actividad turística en el cantón de Turrialba. Se esperaría, que de haberse dado seguimiento al Plan de

Desarrollo Turístico, para el año 2020, el cantón de Turrialba hubiera tenido un sistema turístico con mayor dinamismo y capacidad de respuesta ante una crisis.

No existe una línea base con respecto a la participación económica del sector turismo en el cantón de Turrialba. Las diferentes instituciones públicas no cuentan con datos desagregados en cuanto a visitación turística y participación del turismo en la economía del cantón de Turrialba. La carencia de información complica el establecimiento de indicadores que permitan hacer una medición objetiva del mejoramiento de las condiciones de la actividad turística previo a la pandemia generada por el virus del COVID-19. Además, esta situación refleja la necesidad de hacer más investigación en el sector turismo a nivel regional.

La CATUR tiene un enfoque de servicio casi exclusivo hacia los socios, no se involucra mucho con empresarios que no son socios de la cámara, aunque si tienen un poco de proyección hacia ellos a través de un chat en WhatsApp, en el cual la cámara hace llegar noticias de logros alcanzados a los demás empresarios del sector turismo que deciden formar parte de la conversación.

Conclusiones del Objetivo Específico 2

Turrialba es un destino al cual no solamente se puede llegar en transporte privado, sino que es completamente accesible en transporte público (autobús) tanto desde la GAM como desde el Caribe de Costa Rica.

Turrialba no es un destino turístico caro, es un destino que por precios de recorridos, hospedajes y servicios de alimentación puede competir con hoteles de montaña de otras partes del país. Una desventaja identificada es que en el cantón turrialbeño la mayoría de hoteles son de dos y tres estrellas. No existen hoteles de cinco estrellas, lo que deja por fuera un segmento de mercado que podría generar un mayor impacto económico en la zona.

La oferta de hoteles fuera del distrito central de Turrialba es realmente escasa, en promedio existen 1,8 hoteles por distrito en los ocho distritos que cuentan con servicios de hospedaje, dejando por fuera los hoteles del distrito de Turrialba. Además, la cantidad de restaurantes de mayor categoría es limitada, predominando la cantidad de sodas distribuidas a lo largo de todo el cantón.

Conclusiones del Objetivo Específico 3

La CATUR debe replantearse cuales son las poblaciones meta a las que puede ofrecer sus productos y enfocarse en la diversificación de los mismos, de manera que una persona, familia o grupo de amigos se sienta atraído a volver luego de una primera visita para vivir experiencias nuevas o distintas a las que experimentó en la visita previa.

La principal limitación con la que cuenta la cámara es no contar con un buen presupuesto para llevar a cabo diferentes acciones que les permita tener una mayor proyección a nivel nacional e internacional.

Los actuales miembros de la CATUR no trabajan de manera conjunta incentivando que se establezcan encadenamientos productivos entre ellos mismos, por lo que la atención de los turistas se convierte en una suerte de competencia comercial entre los diferentes empresarios turísticos.

La encuesta aplicada por el ICT en el año 2018 *“Hábitos vacacionales del costarricense”* muestra que Turrialba no es un destino turístico bien posicionado en el imaginario colectivo de los turistas nacionales.

Conclusiones del Objetivo Específico 4

La organización de diferentes empresarios siempre supone un reto. Esto se ve representado en la imposibilidad de llevar a cabo iniciativas como en el caso de La Ruta del Queso, por mencionar un ejemplo específico.

Es complicado para la CATUR lograr reunir a todos sus socios para reuniones, asambleas y para procesos de toma de decisiones. Muchos empresarios solamente pagan la membresía anual para ser parte de la cámara, pero no participan en las actividades.

No existen datos estadísticos. La CATUR no cuenta con un sistema de consulta de documentación escrita, ni física ni digital, que permita el acceso a información bibliográfica y/o datos generados o recopilados en años anteriores, ya sea por terceros o por las mismas Juntas Directivas de la cámara.

La CATUR no tiene una Dirección Ejecutiva que maneje los proyectos, sus tiempos de entrega, consecución de objetivos; entre otras responsabilidades típicas de este puesto. Todos los miembros de la Junta Directiva participan en la toma de decisiones y son ellos quienes formar comités y subcomités para trabajar en los proyectos planteados por ellos mismos, lo que limita su alcance, pues estas personas tienen que cumplir con un horario de trabajo en las empresas para las que laboran.

La CATUR no cuenta con un catálogo de socios que permita identificar cuáles empresas forman parte de la cámara y cuáles no.

La decisión de utilizar la técnica del árbol de problemas permite identificar y ponderar los problemas existentes para definir el problema principal, sus causas y consecuencias; para luego generar soluciones eficaces y reales a los problemas identificados.

La Estrategia de Reactivación Turística propuesta en este documento busca brindar soluciones a cada uno de los problemas específicos identificados como causas y efectos del problema principal. De esta manera, al brindar soluciones a cada uno de los problemas que derivan del principal se puede abordar la problemática principal de una forma integral.

La presente Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, pos pandemia del COVID-19 toma en cuenta proyectos de corto, mediano y largo plazo, que son de baja inversión pero que tienen el potencial de generar un alto impacto en la visitación turística de la zona. Buscando que la falta de inversión económica no sea un obstáculo en la promoción y visitación de turismo nacional y extranjero.

Recomendaciones

Recomendaciones generales

Se recomienda a las empresas turísticas del cantón de Turrialba sacar provecho de las promociones que han lanzado algunos bancos con el objetivo de impulsar la reactivación del turismo a nivel nacional, en donde las personas pueden pagar por los gastos de alimentación y hospedaje con sus tarjetas de crédito y trasladar esos montos a pagos mensuales sin intereses.

El turismo en tiempos de pandemia debe ser mercadeado y planificado para burbujas sociales. Los empresarios turísticos deberán adaptar todos sus productos a esta modalidad de hacer turismo, garantizando que Turrialba sea un destino seguro a través de la obtención del Sello Safe Travels. Al menos hasta el momento en que la cobertura de la aplicación de la vacuna permita volver a la práctica de las actividades como se hacía antes de la pandemia.

Tomar en cuenta a las personas con discapacidad al momento de facilitar estaciones sanitarias para aplicar los protocolos emitidos por el Ministerio de Salud. Tomando en cuenta, por citar un ejemplo, que no todas las personas pueden oprimir artefactos con sus pies para dispensar agua y/o jabón, ni todas las personas pueden alcanzar los lavamanos que se encuentren colocados a altura estándar.

Turrialba cuenta con la segunda población indígena más grande del país en el Territorio Indígena de Chirripó, por lo que se recomienda generar proyectos para conocer la opinión de las personas de estos territorios sobre la conveniencia de incursionar en proyectos de etno-turismo. Lo anterior debería realizarse mediante procesos de consultas, siguiendo los protocolos establecidos en la legislación internacional sobre Territorios indígenas.

El cantón de Turrialba puede ofrecer productos turísticos de otros cantones cercanos e incluirlos en su oferta turística a través de recorridos integrados que faciliten la visita de otros destinos cercanos, como por ejemplo el Parque Nacional Tapantí, pero que enfatice en la pernoctación en los hoteles de Turrialba, lo que generaría un catálogo de atractivos turísticos aún más amplio para ofrecer a los visitantes.

Trabajar con las comunidades aledañas al Parque Nacional Barbilla, sector de Turrialba, para ir generando un esquema de trabajo conjunto en la prestación de servicios para su coordinación con el SINAC, con el fin de generar una oferta turística de base local en el sector del Parque Nacional Barbilla. Es necesario evaluar la posibilidad de abrir una entrada al Parque Nacional Barbilla desde el cantón de Turrialba, lo que apoyaría la reactivación del sector. Es importante considerar la crisis actual en cuanto a presupuesto y personal que enfrenta el SINAC.

En cuanto a gastronomía, Turrialba tiene muchos productos que ofrecer, entre ellos el queso, el café, el cacao, el pejibaye y la caña de azúcar; pero no existe un lugar cerca del centro del cantón en donde los visitantes puedan adquirir estos y otros productos. Por eso se recomienda gestionar ante el INDER la obtención de un terreno en donde se pueda desarrollar un campo ferial, que sirva también como un mercado de gastronomía en donde los visitantes puedan conseguir todos estos productos en un solo lugar y evitando el uso de intermediarios. Se recomienda también hacer eventos de fin de semana, tipo ferias, en donde se incentive la compra y consumo de productos locales.

Se recomienda también a la Municipalidad de Turrialba que incentive la creación de más hoteles por medio de inversión privada o extranjera. Así como facilitar créditos para desarrollar el Turismo en el cantón a través de la creación de nuevos hoteles y/o productos turísticos por parte de los empresarios turísticos locales.

Una recomendación para los empresarios turísticos es calendarizar promociones de acuerdo a los fines de semana largos impulsados por el ICT y la Asamblea Legislativa, así como en fechas especiales como el día de la madre, del padre, del niño, etc.

Recomendaciones para la CATUR

La principal recomendación que se hace específicamente a la CATUR es la creación de recorridos integrados o paquetes turísticos, en los cuales por el periodo de recuperación económica a través del turismo no se cobre ningún tipo de comisión entre socios de la cámara. Incentivando así la generación de encadenamientos productivos que eviten el acaparamiento de los visitantes que llegan a Turrialba por parte de pocos empresarios, sino más bien propiciando integrar a otros miembros de la CATUR en el impacto económico generado por los turistas.

En ese mismo sentido, se recomienda a la CATUR abrir dichos recorridos integrados poco a poco y de forma ordenada, para poder analizar el comportamiento de la demanda, y que sea la misma demanda la que haga crecer orgánicamente la oferta de recorridos integrados. Básicamente ir abriendo uno a la vez, para no diluir la demanda entre muchos recorridos.

Se recomienda a la CATUR negociar con una base de hoteles de alta categoría (cinco estrellas) de la GAM la venta y operación de recorridos integrados en Turrialba a través de las empresas turísticas de los socios de la cámara.

Otra recomendación para la CATUR es solicitar a sus miembros información básica como tarifarios, información de contacto, e información general que facilite la elaboración de un catálogo de socios que permita iniciar una base de datos que provea información relevante para la creación de recorridos integrados o paquetes turísticos que se puedan ofrecer a los turistas en la nueva página web de la cámara.

En Turrialba existen grandes empresas de capital extranjero como la Rawlings y la Firestone, que deben cumplir con la Política Nacional de Responsabilidad Social Empresarial, por lo que se recomienda a la CATUR buscar la colaboración de estas y

otras empresas en proyectos que requieran inversiones económicas que se salgan del presupuesto anual de la cámara.

También se recomienda a la CATUR visitar los sitios web y perfiles de redes sociales de otras cámaras de turismo nacionales, principalmente para ganar perspectiva sobre la forma de trabajar y de los proyectos que se gestionan en otras áreas del país por entes similares.

La CATUR debería fortalecer los encadenamientos con agencias de viajes que se ubiquen fuera de Turrialba, que les permita promocionar los lugares de hospedaje y alimentación afiliados a la cámara para grupos de turistas.

Finalmente, se recomienda a la CATUR buscar la colaboración de estudiantes de carreras afines al turismo, la administración, el diseño y el mercadeo; que puedan colaborar en la consecución de objetivos específicos de la cámara. Así como identificar instituciones del Estado como las universidades públicas, el INA, el INDER, entre otras; que también contribuyan en el desarrollo de proyectos específicos.

CAPITULO VII

Bibliografía

Blanco, M., y Riveros, H. (2004). Las rutas alimentarias, una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la ruta del queso Turrialba. Ponencia presentada en el Congreso Agroindustrial Rural y Territorio -ARTE-, Toluca, México, 1-4 de diciembre de 2004.

Canal 15 UCR. (2012). Serie Forjadores: Cantones de Costa Rica. Entrevista a Massi Devoto Chen. Empresario Turístico y Expresidente de la Cámara de Turismo de Turrialba. Recuperado de <https://www.youtube.com>

Carla Gómez Pereira. (Propietaria Finca La Florita). Viernes 11 de setiembre de 2020.

Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. (2020). ¿Qué es CATIE?. Recuperado de <https://www.catie.ac.cr/que-es-catie.html>

Centro Interamericano de Capacitación Turística. (1979). Metodología de Inventarios Turísticos. México.

César Gómez Nájera. (Vicepresidente de la Cámara de Turismo de Turrialba). Jueves 11 de junio de 2020.

Comisión de Enlace Monteverde. (2020). Formulario Impacto del COVID-19 en hogares de Monteverde. Puntarenas, Costa Rica.

Elizabeth Corrales Esquivel. (Presidenta de Asociación de Guías Locales U-Sure). Martes 8 de setiembre de 2020.

Georgina Ureña. (Funcionaria del Instituto Costarricense de Turismo). Viernes 2 de octubre de 2020.

Gurría Di-Bella, M. (1991). Introducción al turismo. México: Trillas.

Ida Herrera Rodríguez. (Presidenta de la Cámara de Turismo de Turrialba). Sábado 28 de marzo de 2020.

Instituto Centroamericano de Administración Pública. (2021). Matriz Vester y Pensamiento Sistémico. San José, Costa Rica.

Instituto Costarricense de Turismo. (1997). Manual de clasificación hotelera para Costa Rica. San José, Costa Rica.

Instituto Costarricense de Turismo. (2006). Plan de Desarrollo Turístico de Unidad Valle Central - Sector Cartago. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es>

Instituto Costarricense de Turismo. (2018). Hábitos vacacionales del costarricense 2018. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es>

Instituto Costarricense de Turismo. (2018). Visitas de residentes y no residentes a las áreas silvestres protegidas. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es>

Instituto Costarricense de Turismo. (2019). Plan de Gestión Integral de Destino Turístico Turrialba 2019 - 2022. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es>

Instituto Costarricense de Turismo. (2020). Declaración ante primer caso confirmado de COVID-19 en Costa Rica. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es>

Instituto Costarricense de Turismo. (2020). Divisas por concepto de turismo. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales>

Instituto Costarricense de Turismo. (2020). ICT articula esfuerzos para fomentar reactivación del empleo turístico. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es>

Instituto Costarricense de Turismo. (2020). ICT llama al sector turístico a sumarse a los esfuerzos de las autoridades de salud ante COVID-19. Recuperado de <https://www.ict.go.cr>

Instituto Costarricense de Turismo. (2020). Sello Safe Travels. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es>

Instituto Costarricense de Turismo. (2020). Turismo en Costa Rica. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es>

Instituto de Desarrollo Rural. (2015). Plan de Desarrollo Rural del Territorio Turrialba – Jiménez 2015 – 2020. Consejo Territorial de Desarrollo Rural Turrialba – Jiménez. Cartago, Costa Rica.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2020). Censos 2011. Recuperado de: <https://www.inec.cr/censos/censos-2011>

Jiménez, M., Tapia, A., Riggioni, R., Coto, E. (2015). Estadísticas relevantes de Turrialba: situación del cantón al 2012. Turrialba, C.R.: Universidad de Costa Rica.

José Coto Cordero. (Fiscal de la Cámara de Turismo de Turrialba). Miércoles 22 de julio de 2020.

Juan Carlos Ramírez. (Organizador de la Feria del CATIE). Viernes 14 de agosto de 2020.

Julio Gamboa. (Gestor Local del plan de Gestión de Destinos Turísticos). Martes 15 de setiembre de 2020.

Laura Mora. (Funcionaria de la Oficina Regional del INDER en Turrialba). Martes 29 de setiembre de 2020.

Ledhesma, M., y Rivas, C. (2017). Gestión de crisis en turismo. 1ª ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Liévano, F., Londoño, J. (2012). El pensamiento sistémico como herramienta metodológica para la resolución de problemas. Revista soluciones de Postgrado EIA, Número 8. p. 43-65. Medellín.

Ministerio de Cultura y Juventud. (2019). Turrialba ya cuenta con su propio inventario cultural. Recuperado de <https://mcj.go.cr/sala-de-prensa/noticias/turrialba>

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2016). Guía para la Elaboración de Políticas Públicas. San José, Costa Rica.

Municipalidad de Turrialba. (2015). Plan Cantonal de Desarrollo Humano Local y Plan Estratégico Municipal del Cantón de Turrialba: Perfil Cantonal. Cartago, Costa Rica.

Municipalidad de Turrialba. (2016). Plan Estratégico Municipal 2016 – 2021. Cartago, Costa Rica.

Municipalidad de Turrialba. (2019). Inventario del Patrimonio Turístico. Cartago, Costa Rica.

Organización de las Naciones Unidas. (2020). Noticias ONU: La ONU lanza un plan que puede derrotar el coronavirus y construir un mundo mejor. Recuperado de <https://news.un.org/es>

Organización Mundial de la Salud. (2020). Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19). Recuperado de <https://www.who.int/es>

Organización Mundial del Turismo. (2020). El impacto de la covid-19 en el turismo mundial queda patente en los datos de la OMT sobre el coste de la parálisis. Recuperado de <https://www.unwto.org/es>

Organización Mundial del Turismo. (2020). El turismo se reactiva: el 40% de los destinos han flexibilizado ya las restricciones de viaje. Recuperado de <https://www.unwto.org/es>

Organización Mundial del Turismo. (2020). El turismo: un fenómeno económico y social. Madrid, España. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/turismo>

Organización Mundial del Turismo. (2020). La OMT lanza un llamamiento a la acción para la mitigación del impacto de la COVID-19 en el turismo y la recuperación del sector. Recuperado de <https://www.unwto.org/es>

Organización Mundial del Turismo. (2020). La OMT y la FAO trabajan juntas en el fomento del turismo para el Desarrollo Rural. Recuperado de <https://www.unwto.org/es>

Organización Mundial del Turismo. (2020). Las llegadas de turistas internacionales podrían caer un 20-30% en 2020. Recuperado de <https://www.unwto.org/es>

Organización Mundial del Turismo. (2020). No hay tiempo para un liderazgo tímido: El reinicio seguro del turismo es posible. Recuperado de <https://www.unwto.org/es>

Organización Mundial del Turismo. (2020). Secretario General de la ONU: "Es imperativo que reconstruyamos el sector turístico de una manera segura, equitativa y respetuosa con el clima." Recuperado de <https://www.unwto.org/es>

Osorio García, Maribel (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. Quivera. Revista de Estudios Territoriales, 8 (1), 291-314. ISSN: 1405-8626. Recuperado de: <https://www.redalyc.org>

Panosso, A., Lohmann, G. (2012). Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas. México: Trillas.

Presidencia de la República de Costa Rica. (2018). ICT lanza programa piloto para gestión integral de destinos turísticos. San José, Costa Rica. Recuperado de <https://www.presidencia.go.cr>

Presidencia de la República de Costa Rica. (2019). Histórico Reconocimiento a Productores Turrialbeños. Recuperado de <https://www.presidencia.go.cr/>

Programa de Investigación en Desarrollo Urbano Sostenible. (2012). Diseño de una propuesta de rutas y circuitos turísticos intra e inter cantonales para la potencial operación comercial de una red de Turismo Rural en la Región Brunca. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.

Real Academia Española. (2019). Definición de crisis. Madrid, España. Recuperado de <https://dle.rae.es>

Real Academia Española. (2019). Definición de turismo. Madrid, España. Recuperado de <https://dle.rae.es>

Rodolfo Tenorio. (Administrador del Monumento Nacional Guayabo). Jueves 7 de enero de 2021.

Rubén Acón. (2020). Teletica: Presidente de Canatur a diputados: "Si le quitan el superávit al ICT, lo cierran". San José, Costa Rica. Recuperado de <https://www.teletica.com>

Simancas, M., Hernández, R., y Padrón, N. (Ed). (2020). Turismo pos-COVID-19 Reflexiones, retos y oportunidades. La Laguna, España: Editorial Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna. doi: <https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020>

Sistema de Información Cultural de Costa Rica. (2014). Feria del Queso. Recuperado de <https://si.cultura.cr/expresiones-y-manifestaciones/feria-del-queso.html>

Sistema Nacional de Áreas de Conservación. (2020). Monumento Nacional Guayabo. Recuperado de <http://www.sinac.go.cr/ES/ac/accvc/mng/Paginas/default.aspx>

U-Sure Asociación de Guías Locales. (2020). U-SURE. Recuperado de <http://usurecr.org/u-sure/>

Zomkowski, R. (2007). Construcción participativa de propuestas para una mejor gestión de la calidad de los servicios turísticos: El caso de la Finca La Florita, Santa Cruz de Turrialba, Costa Rica (Tesis de maestría). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.

Anexos

Anexo I. Impacto del Turismo en la Era Pre Pandemia

El año 2020 será recordado a nivel mundial como un periodo de gran incertidumbre y desafíos para la humanidad. Aún no se conocen las repercusiones que generará la pandemia del COVID-19 en el mediano y largo plazo en las actividades que implican el traslado de personas para su realización, como es el caso del turismo. A medida que avanza el tiempo las esperanzas se centran en la aplicación de una vacuna contra el virus, sin embargo, mientras esto ocurre, las personas se han visto forzadas a adaptarse a una nueva normalidad, con el fin de amortiguar los efectos de la crisis sanitaria y económica que la pandemia ha desencadenado en el corto plazo.

Específicamente para Costa Rica, un pequeño país centroamericano, las afectaciones en el sector turismo han generado una grave crisis socio-económica. En esta nación, la economía depende en gran medida del empleo generado en el sector terciario y las exportaciones de productos agropecuarios como la piña y el banano. La relativa estabilidad política y social, así como la gran cantidad de recursos naturales han permitido el fortalecimiento del sector turístico en el país, el cual se ve hoy mermado por una crisis sanitaria que ha causado tasas de desempleo sin precedentes en este sector de la economía.

Diversos sectores de la sociedad costarricense han buscado generar medidas de contención y reactivación económica, siendo la academia uno de esos sectores llamados a generar proyectos de alto impacto que aporten solución a los problemas planteados por la pandemia del COVID-19. En ese contexto, este trabajo de graduación se enmarca en un proceso investigativo que busca aportar al listado de soluciones que brindará la academia para tratar de reactivar la economía costarricense, siendo el foco de análisis la reactivación del turismo en las zonas rurales mediante un estudio de caso en el cantón de Turrialba.

El turismo en la era Pre COVID

De acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) “la última edición del *Barómetro OMT del Turismo Mundial* muestra que el confinamiento casi total impuesto como respuesta a la pandemia redujo en mayo el número de turistas internacionales en un 98% en comparación con 2019. El Barómetro muestra también un descenso interanual del 56% en las llegadas de turistas entre enero y mayo. Eso significa 300 millones de turistas menos y 320.000 millones de dólares de los EE.UU. perdidos en ingresos por turismo internacional: más del triple de los ingresos por turismo internacional perdidos en la crisis económica global de 2009.” (OMT, 2020).

Para el caso específico de Costa Rica, es sabido que desde mediados de la década de los años 90 la actividad turística, como sector, es la que más divisas le genera al país, sobrepasando las actividades agro productivas tradicionales como exportaciones de café y banano, que por muchas décadas fueron las principales actividades generadoras de divisas. En la siguiente figura es posible observar la gran diferencia en cuanto a generación de millones de dólares de la actividad turística, con respecto a las exportaciones de café y banano, con datos anuales desde el año 2003 hasta el 2019, previo a la crisis sanitaria por el COVID-19.

TURISMO Y OTRAS FUENTES GENERADORAS DE DIVISAS
(CIFRAS EN MILLONES DE \$.E.U.U.)
2003-2019

AÑO	FUENTE DE DIVISAS					
	TURISMO*	Variación %	Café	Variación %	Banano	Variación %
2003	1 416,0	-	193,6	-	553,1	-
2004	1 596,6	12,7	197,6	2,1	543,4	-1,8
2005	1 839,9	15,2	232,7	17,8	481,2	-11,4
2006	1 894,3	3,0	225,8	-3,0	620,3	28,9
2007	2 244,7	18,5	251,9	11,6	673,0	8,5
2008	2 549,0	13,6	305,0	21,1	689,7	2,5
2009	2 011,6	-21,1	232,2	-23,9	623,3	-9,6
2010	2 233,5	11,0	257,5	10,9	703,2	12,8
2011	2 409,2	7,9	374,9	45,6	752,6	7,0
2012	2 517,2	4,5	412,4	10,0	816,3	8,5
2013	2 919,4	16,0	302,5	-26,6	847,8	3,9
2014	2 986,7	2,3	275,9	-8,8	906,7	6,9
2015	3 258,9	9,1	305,9	10,9	833,7	-8,1
2016	3 638,6	11,7	307,9	0,6	996,5	19,5
2017	3 648,2	0,3	305,3	-0,9	1 042,2	4,6
2018	3 764,2	3,2	315,7	3,4	1 028,2	-1,3
2019	3 968,3	5,4	276,2	-12,5	997,6	-3,0

Figura 26. Turismo versus café y banano.

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo, 2020.

Con respecto a empleos generados por el turismo en Costa Rica, el Instituto Costarricense del Turismo (ICT) indica, basándose en la Encuesta Continua de Empleo (ECE) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), que para el año 2019 un total de 512,609 personas contaban con empleo en alguna actividad asociada con el sector turismo de forma directa o indirecta, esto representa un 20,8% de la fuerza laboral del país. En otras palabras, directamente, una quinta parte de la fuerza laboral del país se concentra, para el año 2019, en actividades turísticas; como se muestra a continuación en la siguiente figura:

**Población ocupada por actividades asociadas
con el sector turístico**
Promedio anual
2010 - 2019

Actividad turística	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total	126 231	120 084	130 438	152 081	149 207	156 574	152 426	155 296	160 976	170 870
Alojamiento para visitantes en estancias cortas	28 021	25 330	23 691	25 758	26 397	30 113	30 055	28 677	27 622	31 743
Provisión de alimentos y bebidas	70 573	66 580	79 774	89 339	87 420	92 725	89 675	98 844	99 402	103 099
Agencias de viajes y otros servicios, transporte de pasajeros por la vía aérea, marítima y terrestre, y alquiler de vehículos	11 887	17 191	14 007	14 961	16 267	16 355	17 747	13 762	21 116	18 861
Actividades culturales, deportivas y recreativas	15 750	10 983	12 966	22 024	19 124	17 381	14 950	14 014	12 836	17 167

Fuente: INEC. Encuesta Continua de Empleo (ECE).

Indicador	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Fuerza de trabajo	2 068 292	2 040 840	2 214 075	2 235 769	2 284 141	2 276 104	2 206 179	2 255 847	2 359 644	2 464 956
Población ocupada en actividades turísticas (empleo directo)	126 231	120 084	130 438	152 081	149 207	156 574	152 426	155 296	160 976	170 870
% de la fuerza de trabajo (sólo empleo directo)	6,1	5,9	5,9	6,8	6,5	6,9	6,9	6,9	6,8	6,9
Empleo en turismo (directo + indirecto)	378 692	360 252	391 313	456 242	447 622	469 721	457 278	465 889	482 927	512 609
% de la fuerza de trabajo	18,3	17,7	17,7	20,4	19,6	20,6	20,7	20,7	20,5	20,8

Figura 27. Población ocupada por actividades asociadas con el sector turístico.

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo, 2020.

También es importante destacar que, de acuerdo con Rubén Acón (2020), actual director de la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), alrededor del 90% de las empresas turísticas en el país son micro, pequeñas y medianas empresas; que están cerrando sus actividades lentamente ante la grave afectación que ha generado la “temporada cero”, que implica cero ingresos para toda la cadena de trabajo del sector turístico del país. Debido a esta vulnerabilidad que están viviendo las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas en Costa Rica, es que se hace necesario buscar soluciones a corto plazo y estrategias a mediano y largo plazo por parte del sector turismo para salir adelante con la crisis económica generada por la pandemia del COVID-19.

Actualmente existe una gran incertidumbre con respecto a qué va a pasar con todos los empresarios turísticos del país, independientemente del tamaño de sus operaciones o de la actividad turística ofrecida. Muchos dueños de empresas están esperando algún tipo de apoyo o ayuda de parte de entidades financieras o del Gobierno de Costa Rica para hacerle frente a la crisis económica generada por esta pandemia, la economía mundial se ha retraído en los últimos meses y eso preocupa a los empresarios y trabajadores del sector turismo. Además, el miedo generalizado de la población mundial de viajar a destinos lejanos en vuelos muy largos, turistas europeos hacia Costa Rica, por ejemplo, también genera una gran incertidumbre en el sector turismo no solo a nivel nacional, sino también a nivel global.

Si bien es cierto, la afectación de todos los sectores de la economía costarricense no ha sido igual ante los efectos de la Pandemia, muchas de las actividades económicas del país han experimentado una reducción en sus ingresos y en su volumen de trabajo, e incluso existen algunas otras actividades económicas que sí se han detenido casi por completo, como es el caso del turismo enfocado en el visitante internacional. La mayoría de las exportaciones, la producción de alimentos para el mercado local, el transporte de bienes de consumo en Centroamérica por vía terrestre, los comercios marítimos, la construcción de obra pública y privada; entre muchos otros son un buen ejemplo de que esta pandemia es diferente a las anteriores, ya que en cierta medida estas actividades se vieron afectadas, pero lograron mantener en funcionamiento el sector a pesar de la pandemia generada por el virus del COVID-19.

Lo anterior, deja entrever que el turismo internacional tardará mucho más tiempo en recuperarse que el resto de la economía, debido al cierre de fronteras de la mayoría de países en el mundo y las restricciones de viaje giradas por los gobiernos a nivel mundial para intentar detener el contagio. Lo que convierte a la posibilidad de encontrar una vacuna en la mayor esperanza del sector turístico para poder retomar las actividades turísticas como se hacía antes de la pandemia.

Ante la espera de una vacuna contra el COVID-19, a la cual la población mundial tenga acceso, surge la necesidad de innovación y fortalecimiento de la planificación turística a nivel local por medio de grupos organizados, como por ejemplo las cámaras de turismo locales, que pueda generar reactivación económica y turística gradualmente basada en el mercado local a la espera de lo que sucederá con el sector del turismo internacional en el año 2021 y el mediano plazo.

Es por las razones expuestas que esta propuesta busca desarrollar una estrategia de reactivación turística que permita la reactivación económica a través del turismo en el cantón de Turrialba, una vez superada la crisis del COVID-19. De esta forma, la academia también puede contribuir con la búsqueda de estrategias en las que tanto los empresarios del sector como los turistas puedan confiar, ya que de acuerdo con el director de la CANATUR “la confianza del turista será clave para la recuperación del sector turismo ante la crisis por el COVID-19.” (Acón, 2020). Así como buscar la mejor forma de adaptar el concepto de “marca país” del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) a menor escala, de forma tal que se ajuste a uno de los objetivos de la Cámara de Turismo de Turrialba (CATUR), que es lograr posicionar la marca “*Turrialba, Ruralmente Auténtico*”, por encima de cualquier operador turístico en particular.

El posicionamiento de esta marca local lo que busca es dar a conocer el destino en general, y no solamente enfocarse en unos pocos operadores turísticos, impulsando el desarrollo turístico cantonal de manera integral. La meta es que el cantón en general, incluyendo comercios que no forman parte de la Cámara de Turismo de Turrialba, se vea beneficiado a través de los esfuerzos de la CATUR por buscar soluciones a la presente crisis generada por la pandemia del COVID-19.

De esta forma, al generar una mayor visitación al cantón de Turrialba, se podrá hacer una mejor distribución de los ingresos para las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas del cantón de Turrialba que forman parte de la CATUR. Lo que también beneficia a empresas de transporte local, pequeñas sodas y restaurantes, guías locales, operadores turísticos, pequeños hoteles y hostales, otros comercios; e incluso a las

áreas silvestres protegidas ubicadas en el cantón de Turrialba, que no precisamente forman parte de la cámara de turismo, pero que se podrían ver beneficiados a través de encadenamientos con los operadores turísticos que sí forman parte de esta organización.

La idea principal de esta estrategia de reactivación turística desde la CATUR es lograr actuar en red, por medio de todas las empresas turísticas asociadas a la cámara para buscar el bien común de la actividad en el cantón, y no dejar los esfuerzos de promoción turística solamente en manos de cada empresa en particular.

Es por todas estas razones expuestas anteriormente que se justifica la necesidad de generar esta investigación, utilizando como estudio de caso el cantón de Turrialba. La elaboración de una estrategia como esta podrá convertirse en una herramienta para lograr apoyar al sector turístico a través del diseño e implementación de distintos proyectos que permitan la reactivación turística para la Cámara de Turismo de Turrialba pos pandemia del COVID-19. Que resulta de gran interés no solo para CATUR y sus miembros, sino también para el cantón en general, que se podría ver impactado de manera positiva por los encadenamientos productivos que dicha estrategia pueda llegar a generar.

Desde el punto de vista administrativo, será muy beneficioso para CATUR lograr que por medio de acciones impulsadas por la cámara e implementadas por sus miembros, se logre reactivar la economía local a través de encadenamientos productivos en diversos sectores, como por ejemplo el sector agro productivo, el sector servicios y, por supuesto, el sector turismo. De esta forma la CATUR puede llegar a lograr sus propósitos de promoción y oferta turística, así como sus objetivos planteados para desarrollar a cabalidad el programa piloto de “Gestión Integral de Destinos Turísticos, en alianza con el sector privado turístico, los gobiernos locales y la sociedad civil”; que forma parte del Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica. (Presidencia de la República de Costa Rica, 2018).

Además de todo lo expuesto anteriormente, a nivel personal la elaboración de esta estrategia tiene un gran significado para el investigador, debido a que nació y creció en Turrialba, por lo que tiene un interés particular por trabajar en esta zona. El conocimiento del sitio por parte del investigador es bastante amplio, quien además cuenta con un título de grado en Turismo Ecológico de la Universidad de Costa Rica, y siete años de experiencia trabajando en el sector turístico en una empresa de turismo receptivo que se especializa en turismo filantrópico, la cual ha trabajado por más de una década con empresarios turísticos del cantón de Turrialba. Por lo que el investigador ha logrado desarrollar una relación profesional con muchos de los tomadores de decisiones con los que estaría colaborando en el proceso de elaboración de esta estrategia incluso antes de involucrarse con la CATUR como investigador.

Anexo II. Lecciones Aprendidas de Iniciativas Turísticas en Turrialba

Para cada uno de los antecedentes se toma en cuenta en qué consiste o consistió el trabajo, proyecto o iniciativa; cuáles fueron las razones o los principales objetivos que motivaron el desarrollo de los mismos. También se mencionan al final de cada antecedente los resultados más relevantes o que más se puedan relacionar con la presente estrategia.

- Plan de Desarrollo Turístico de Unidad Valle Central – Sector Cartago

Esta es una iniciativa del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), que “mediante los procesos de planificación pretende la promoción de polos de desarrollo económico y social sustentados en el turismo regional y local, con un enfoque de desarrollo sostenible. La iniciativa de elaborar el Plan de Desarrollo Turístico de Cartago, forma parte de ese enfoque de trabajo y de los objetivos planteados en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2002-2012, que contempla la creación de centros de turismo en las subunidades de planeamiento para concentrar el desarrollo, considerando variables ambientales, sociales y económicas para propiciar un desarrollo sostenible de la actividad turística en la provincia.” (ICT, 2006).

El principal objetivo de este documento “se enmarca en los principios del Plan de Desarrollo Turístico 2002-2010 y responde a las necesidades de algunos actores sociales de la provincia de Cartago de contar con directrices para el desarrollo de la actividad turística en la provincia.” (ICT, 2006).

Los objetivos del plan fueron los siguientes:

- Elaborar un diagnóstico de las potencialidades y restricciones de la actividad turística de la provincia de Cartago.

- Definir la visión de desarrollo de la provincia, identificando el escenario de desarrollo, los productos, segmentos y circuitos turísticos.
- Elaborar un Plan de Acción donde se identifiquen las estrategias y las acciones que se requieren implementar en el largo, mediano y corto plazo para alcanzar la visión definida.

Como parte del proceso de diagnóstico de los principales atractivos turísticos de la provincia de Cartago, se identifican 17 sitios con mayor potencial, dentro de los cuales están el Monumento Nacional Guayabo y el Parque Nacional Volcán Turrialba, que son los dos atractivos turísticos de mayor importancia, o con mayor afluencia de turistas en el cantón de Turrialba.

Cuadro 16. Principales atractivos turísticos de la provincia de Cartago.

Nombre del atractivo	Ubicación	Categoría
Santuario de la Virgen de los Ángeles	Cantón Central	Turismo Religioso
Ruinas de la Catedral Santiago Apóstol	Cantón Central	Cultura – Historia
Jardín Botánico Lankaster	Paraíso	Recreativo
Parque Nacional Tapantí	Orosi – Paraíso	Natural
Área Recreativa Ricardo Jiménez Oreamuno (Prusia)	Potrero Cerrado – Oreamuno	Natural – Recreativo
Parque Nacional Volcán Irazú	Santa Rosa – Oreamuno	Natural
Monumento Nacional Guayabo	Santa Teresita – Turrialba	Cultura – Historia
Parque Nacional Volcán Turrialba	Santa Cruz – Turrialba	Natural
Ruinas de Ujarrás	Paraíso	Cultura – Historia
Iglesia y Museo Colonial de Orosi	Paraíso	Cultura – Historia
Paradero Lacustre Charrarra	Paraíso – Valle de Ujarrás	Recreativo
Embalse de Cachí	Paraíso – Orosi	Recreativo
Miradores Orosi y Ujarrás	Orosi – Ujarrás	Recreativo
Reserva Forestal Río Macho	Jiménez – Pejibaye	Natural

Reserva Forestal La Marta	Jiménez – Pejibaye	Natural
Festival de Cultura Amubis	El Guarco – Cartago	Cultura – Historia
Museo Natural del Indígena Kurieti	El Guarco – Cartago	Cultura – Historia

Fuente: Elaboración del autor con datos del ICT, 2006.

De acuerdo al Plan de Desarrollo Turístico de Unidad Valle Central – Sector Cartago (2006) del ICT, y como se observa en la Figura 50, en lo que respecta al concepto en el que se sustenta el turismo en Turrialba es el de Aventura Natural, esto por cuanto los atractivos más importantes (Parque Nacional Volcán Turrialba, rafting en ríos y áreas naturales) hace que este sea el fuerte del destino. En el caso de Cartago los atractivos más importantes están vinculados al agro y la naturaleza. El elemento diferenciador que le da un concepto propio a Cartago es el “histórico – cultural”, esto debido al papel que cumplió Cartago como capital del país y en las raíces de la cultura costarricense.

“En relación con los productos, la diferencia entre los dos destinos es que, en el caso de Turrialba, los atractivos se centran en los destinos eco turísticos, de turismo comunitario y de interés arqueológico (Monumento de Guayabo) mientras que en Cartago está más orientado al agroturismo, turismo religioso y ecoturismo.” (ICT, 2006).

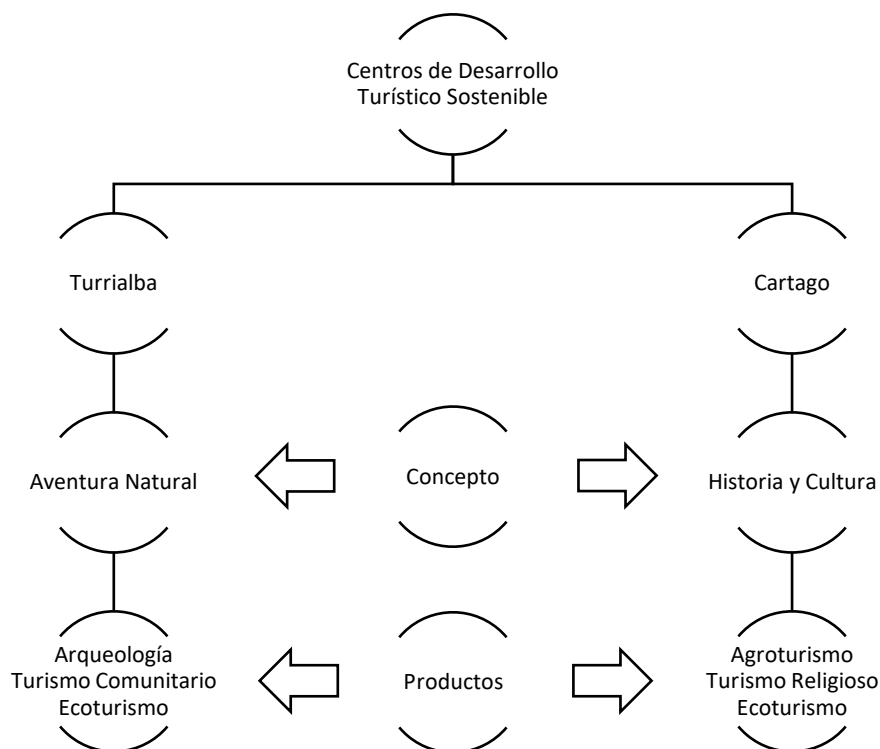


Figura 28. Visión de desarrollo de la industria turística de la sub-unidad Cartago.

Fuente: Adaptación de Instituto Costarricense de Turismo, 2006.

Esta iniciativa del ICT también define las seis principales áreas estratégicas, a las cuales se les determinan estrategias y acciones concretas para lograr un mejor desarrollo de la actividad turística. En el Cuadro 62 es posible encontrar un resumen del plan de acción propuesto en el Plan de Desarrollo Turístico de Unidad Valle Central – Sector Cartago.

Cuadro 17. Resumen del plan de acción por área estratégica.

Plan de acción	
Tipo de estrategia	Objetivo
Infraestructura	Incrementar la inversión pública y privada en obras de infraestructura que sean prioritarias para el desarrollo turístico de la zona.
Organización	Consolidación de estructuras organizativas locales, que promuevan y gestionen el desarrollo de la industria turística de la sub-unidad en función de la visión definida.
Capacitación	Desarrollar una oferta de formación y capacitación que se especialice y actualice en materia turística el recurso humano de la subunidad y que responda a las necesidades y demanda del mercado.
Planta Turística	Incremento de la planta turística de calidad, que responda a las proyecciones de crecimiento y a las exigencias de la demanda de la zona.
Mercadeo	Diversificar y especializar los productos turísticos de la sub-unidad, para hacerla competitiva en el mercado nacional y desarrollar una campaña de mercadeo nacional basada en los macro productos de la subunidad que le agreguen valor y competitividad al producto turístico.
Planificación y Gestión Ambiental	Impulsar un desarrollo turístico coherente y ordenado que contribuya al desarrollo sostenible de la provincia.

Fuente: Elaboración del autor con datos del ICT, 2006.

Más específicamente para el catón de Turrialba, de acuerdo con los resultados del diagnóstico realizado, las principales actividades económicas son “la agricultura (café, caña de azúcar, macadamia), ganadería, explotación de madera, los servicios, comercio, y más recientemente cobra mayor importancia la actividad turística. Es importante destacar, la importancia económica que genera la producción lechera y de queso (Queso Turrialba) en la zona, especialmente en Santa Cruz de Turrialba.” (ICT, 2006).

Además, con respecto a las limitaciones del desarrollo turístico en Turrialba, el diagnóstico determinó que:

“Las principales limitantes para el desarrollo del sector en el cantón, es la falta de visión empresarial y de calidad de los servicios, los altos precios, la necesidad de una buena estrategia de mercadeo y la implementación de más infraestructura turística (restaurantes, sodas y otros servicios), además de la necesidad de un mayor apoyo por parte del ICT para desarrollar adecuadamente esta actividad.”

“En este contexto, el cantón requiere de una verdadera estrategia de publicidad, con una página web, convenios con los tours operadores, la creación de un campo ferial, la unión del sector público con la Municipalidad para convertirse en la plataforma de servicios a los entes privados dedicados a la explotación turística.” (ICT, 2006).

También se identifica a la Cámara de Turismo de Turrialba y a la Municipalidad de Turrialba como las organizaciones que están vinculadas más directamente con la actividad turística en la zona.

Luego de consultar a César Gómez (2020), vicepresidente de la CATUR, sobre el estado actual del turismo en Turrialba con respecto a los resultados del Plan de Desarrollo Turístico de Unidad Valle Central – Sector Cartago, indica lo siguiente:

“Con respecto a la falta de visión empresarial y la calidad de los servicios, esto ha venido cambiando y se ha desarrollado más con el paso de los años, en parte gracias a nuevos emprendimientos que traen nuevas visiones. Ya los empresarios turísticos entienden mejor qué es turismo y cómo se trabaja, entienden qué es dar un servicio de calidad a los visitantes y también saben bien que los servicios que ellos ofrecen individualmente deben ser

complementados por otros servicios. Por ejemplo, el dueño de un negocio de hospedaje ya sabe y entiende que debe de complementarlo con alimentación, transporte, actividades, etc.

La calidad de los servicios es mucho mejor ahora, a las empresas y a los guías locales los hemos capacitado en diversas áreas y ahora el producto turístico es mucho más profesional que hace unos años, ahora es más sencillo contratar profesionales graduados en turismo o en áreas afines. Ya no es tan empírico como lo fue al principio.

Además, con respecto a la estrategia de mercadeo, aún es inexistente. Esto se debe a lo pequeño del mercado local y a que no hay una estrategia bastante fuerte para desarrollar a Turrialba como destino turístico, pero este tema es algo que constantemente se habla y se quiere trabajar desde la CATUR. El principal problema es que son muy pocos socios y su aporte no es suficiente para poder desarrollar una estrategia de mercadeo más fuerte. En cuanto a la implementación de más infraestructura turística, esto si se ha venido desarrollando, lo que hace falta es un poco más de formalidad. Pero aún así si existen muy buenas opciones de restaurantes, de hospedaje, de sodas; entre otros servicios.

Con respecto al apoyo del ICT, ahora si hay mucho apoyo. La CATUR ha logrado crear buen prestigio a nivel nacional y es respaldada por el ICT. Hay mucho apoyo, se coordinan muchas cosas con ellos, siempre hay buena voluntad de ellos para trabajar con nosotros, la comunicación entre ambas partes ha sido excelente en diversas cosas, como por ejemplo en la parte de mercadeo, de promoción, de eventos, etc.

La CATUR requiere más apoyo entre los tours operadores (paquetes turísticos, por ejemplo), una oficina de información turística que pensamos que debería de estar a cargo de la Municipalidad.”

Con respecto a la creación de un campo ferial en Turrialba, aunque lamentablemente esto aún no es una realidad, es algo que se toma en cuenta en el Plan de Desarrollo Rural del Territorio Turrialba – Jiménez (2015 – 2020) del Instituto de Desarrollo Rural (INDER) y también aparece en el Plan Estratégico Municipal (2016 – 2021), que son antecedentes que se mencionan más adelante.

El Plan de Desarrollo Turístico de Unidad Valle Central – Sector Cartago resulta un antecedente muy importante para la presente Estrategia de Reactivación Turística, ya que constituye un primer acercamiento por parte del ICT hacia Turrialba como una zona con alto potencial turístico. Además, hace una primera identificación de los atractivos turísticos más sobresalientes, y a la vez estableció antecedentes importantes que han sido tomados en cuenta con respecto al desarrollo de la actividad turística en años más recientes. También es importante resaltar que los objetivos que no se pudieron materializar durante el periodo 2002 – 2012, han sido tomados en cuenta en iniciativas recientes de otras instituciones públicas, como lo son el INDER y la Municipalidad de Turrialba.

- Feria Internacional del CATIE

El CATIE (Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza) es un “centro regional dedicado a la investigación y la enseñanza de posgrado en agricultura, manejo, conservación y uso sostenible de los recursos naturales. Sus miembros son Belice, Bolivia, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, República Dominicana, Venezuela, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y el Estado de Acre en Brasil.” Su misión es “lograr el bienestar humano sostenible e inclusivo en América Latina y el Caribe, impulsando la educación, investigación y proyección externa para la gestión sostenible de la agricultura y la conservación de los recursos naturales.” (CATIE, 2020).

Luego de entrevistar a Juan Carlos Ramírez, funcionario con 28 años de laborar en esta institución, que por alrededor de 10 años formó parte de la organización de la Feria Internacional del CATIE y quien asegura ser un enamorado de este evento; fue posible conocer la historia de este importante antecedente.

De acuerdo con Ramírez (2020), El CATIE tiene actualmente 47 años de existencia como CATIE, pues fue fundado en 1973. Pero antes de ser el CATIE fue el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) hace aproximadamente 77 años. La creación de este campus se logró gracias a que la OEA (Organización de Estados Americanos) buscaba un sitio conveniente en Latinoamérica con un clima adecuado para crear un centro de investigación en agricultura. Después de 1 año de hacer visitas e investigaciones se decidió que Turrialba reunía las condiciones perfectas para poder desarrollar el proyecto deseado por la OEA, y fue así como se creó el IICA, que luego pasó a ser el CATIE.

Comenta Ramírez que debido a la naturaleza de las actividades de enseñanza del CATIE se necesitaban investigadores y profesores de buen nivel, por lo que llegaban técnicos y profesionales de todo el mundo, no solo de Latinoamérica, sino también de muchos otros países, lo que empezó a traer familias extranjeras completas a Turrialba.

En esa época las esposas de los técnicos no tenían muchas oportunidades de desarrollarse ni de esparcimiento, ya que vivían en el CATIE y todas sus actividades cotidianas se desarrollaban ahí. Buscando alternativas, las esposas de los técnicos tomaron ventaja de la multiculturalidad del CATIE, por lo que empezaron a reunirse un domingo al año y cocinaban los platillos típicos de cada uno de sus respectivos países, así se organizaban y hacían actividades familiares donde todos los técnicos y sus familias se conocían y compartían.

Como esta iniciativa funcionó de muy buena manera se siguió haciendo, lo que dio paso a la creación del Club de Damas Panamericanas del CATIE, que era un grupo de esposas de los técnicos que se encargaban de organizar el evento. Con el paso de los

años las Damas Panamericanas vieron el potencial de la actividad para generar fondos con la venta de los platillos típicos de cada uno de sus países para poder generar fondos que pudieran ser donados a instituciones locales de bien social. Fue así como nació la Feria Internacional del CATIE.

A mediados de la década de los 90, debido a la creciente formación y contratación de técnicos nacionales, la cantidad de familias internacionales viviendo en el campus del CATIE disminuyó considerablemente, por lo que desde ese momento los funcionarios y estudiantes del CATIE asumieron la responsabilidad de organizar la feria.

La Feria Internacional del CATIE es un evento organizado por el CATIE anualmente, con el propósito de proyectarse a las comunidades apoyando instituciones sociales y facilitando el intercambio cultural. Es un evento único para la familia y un espacio para aprender y compartir con los amigos.

El objetivo principal de este evento es apoyar instituciones de bien social de la zona. Ya que cada año se ayuda diferentes instituciones de bien social con el fin de brindar un aporte significativo para su desarrollo. Además, se busca crear un fondo para los diferentes proyectos de responsabilidad social en Turrialba.

Los objetivos de la Feria Internacional del CATIE son:

- Propiciar el intercambio cultural por medio de actividades culturales, artísticas y educativas.
- Mostrar el trabajo que CATIE realiza por medio de charlas, exposiciones y demostraciones.
- Apoyar a instituciones de bien social de la zona por medio de la donación de fondos generados por la venta de comidas y bebidas de los países participantes.
- Unir a la familia CATIE por medio de la participación de voluntarios quienes organizan y ejecutan la actividad.

De acuerdo con Ramírez, dentro de los principales resultados que ha tenido la Feria Internacional del CATIE se puede mencionar la creación de un evento masivo de renombre nacional e internacional en el cantón de Turrialba, con una asistencia media de entre 2,500 y 3,000 personas en dos días, ya que la feria se lleva a cabo un fin de semana al año de sábado a domingo. Además de ser un evento de Responsabilidad Social Institucional, por lo que el 100% de las ganancias generadas por el evento son donadas a instituciones locales de bien social como el Hogar de Ancianos, la Clínica del Dolor, el Hogar Infantil; por mencionar algunas.

También es importante señalar que este evento constituye un antecedente muy importante para la presente estrategia, ya que desde su nacimiento lleva alrededor de 40 años de realizarse en Turrialba, lo que genera valor agregado al cantón, ya que propicia la visitación, beneficia el comercio local a través de la alta demanda de visitantes que genera clientes para los hoteles, restaurantes, estaciones de servicio, pequeños emprendedores, actividades económicas asociadas con turismo, entre otros.

La Feria Internacional del CATIE resalta dos elementos importantes concernientes a esta estrategia: a) la oportunidad de enlazar este evento con otros eventos en el cantón de Turrialba, así como la posibilidad de dar a conocer los atractivos de la zona, y b) la falta de un campo ferial en el cantón, como se mencionó en el antecedente anterior, que permita la realización de más eventos de esta magnitud fuera del campus privado del CATIE.

- Expo Feria del Queso

De acuerdo con el Sistema de Información Cultural de Costa Rica (2014), Santa Cruz es un pueblo típicamente rural, enclavado en las faldas del volcán Turrialba. Se dice que es uno de los pueblos que aún sigue conservando el aspecto verdaderamente tradicional de Costa Rica, donde además se destaca la amabilidad de su gente.

En Santa Cruz es posible encontrar una gran cantidad de fincas que se dedican a la producción láctea, específicamente a la producción del Queso Turrialba, el cual se procesa en pequeñas fincas privadas distribuidas alrededor de las faldas del volcán Turrialba.

“Desde el año 2002 allí se organiza la Expo Feria del Queso Turrialba. Esta feria es organizada por la Asociación para el Fomento de la Industria Láctea de Santa Cruz (ASOPROFOLAC) que está integrada por productores de queso artesanal de la zona. Cabe destacar que en Santa Cruz el 96% de las actividades comerciales están dedicadas a la elaboración de productos lácteos, es decir que la población del distrito depende de esta actividad productiva y con esta feria se benefician más de 550 productores del cantón de Turrialba.” (Sistema de Información Cultural de Costa Rica, 2014).

El Queso Turrialba es una marca que logró ganar el reconocimiento de Denominación de Origen, acreditación que “se dio luego de un arduo y largo proceso que inició en 2002 con los diversos estudios del queso Turrialba. En 2007 continuó el trámite de registro y finalmente en 2012 se asentó la marca con la Denominación Origen del Queso Turrialba otorgada por el Registro de Marcas.” (Presidencia de la República de Costa Rica, 2019).

“El Queso Turrialba es famoso en todo el país por su sabor inigualable, gracias a la calidad de la leche y a su proceso de elaboración artesanal, el cual se ha transmitido de generación en generación por más de 100 años. Pero no solo el queso es el protagonista de la Expo Feria del Queso, sino que también es una muestra de todos los derivados de la leche que se producen. Además, es una excusa para mostrar las riquezas culturales de Santa Cruz y fomentar el turismo local.” (Sistema de Información Cultural de Costa Rica, 2014).

De acuerdo con el Sistema de Información Cultural de Costa Rica (2014), la principal atracción de la Expo Feria del Queso es la elaboración del queso más grande de Costa Rica. Además, hay degustación y venta de quesos de diversos tipos a precios muy cómodos, así como venta de comidas de la zona (chicharrones de cerdo, tortilla de

queso, tamales, repostería, tortilla casera con torta de huevo y frijoles majados, gallos de ternero y arracache, etc.). También se realizan actividades culturales, venta de artesanías de la zona, exposición de ganado, campeonato de ordeño, paseos a las lecherías, bailes y rifas.

Con respecto a la evolución de la realización de este evento y de acuerdo con la información contenida en la ficha de la Expo Feria del Queso en el portafolio virtual del Sistema de Información Cultural de Costa Rica 2014, la Primer Expo Feria del Queso se realizó en el año 2002, en la Plaza de Deportes de la localidad de Santa Cruz de Turrialba, con la visita de 8.000 mil personas aproximadamente. Pese a que el espacio era pequeño por tres años consecutivos se siguió realizando en Santa Cruz.

“Por falta de espacios y por mandato de la Comisión Nacional de Emergencias (CNE) se tuvo que trasladar a Turrialba centro en el Paradero Turístico San Buenaventura, ya que cada año era más la afluencia de personas. A partir de esto los pobladores de Santa Cruz empezaron a solicitar que la feria retornara a su comunidad, ya que dicho evento les pertenecía. Por este motivo a partir del 2010 la Comisión de ASOPROFOLAC finalmente toma la decisión de trasladarse a la Finca Granja Miravalles, ubicada en la Pastora de Santa Cruz.” (Sistema de Información Cultural de Costa Rica, 2014).

Según el Sistema de Información Cultural de Costa Rica (2014), la X Expo Feria del Queso realizada en el 2011 fue todo un éxito, contó con la presencia de mas de 14.000 personas asistentes, logrando de esta manera rescatar costumbres y tradiciones de la población con la participación además de grupos culturales de la Comunidad de Santa Cruz y alrededores.

Debido a la gran participación de público en la Expo Feria del Queso fue necesario trasladarla nuevamente a Turrialba centro. Esta vez al campus del CATIE, en donde también se lleva a cabo la Feria Internacional del CATIE. De acuerdo don Juan Carlos Ramírez (2020), organizador de la Feria Internacional del CATIE, actualmente la Expo Feria del Queso también se realiza en estas instalaciones, debido a que el espacio es

mucho más amplio y más adecuado para una feria de proporciones tan grandes, en donde es necesario tomar en cuenta elementos de logística como el parqueo, sitios de reunión en caso de emergencias, instalaciones adecuadas para la preparación e ingesta de alimentos, tarimas para conciertos y presentaciones, sistemas de agua potable, planes de manejo de emergencias y demás elementos logísticos que ya el CATIE considera para su feria.

De esta manera el campus del CATIE sirve como sede para la Feria Internacional del CATIE una vez al año entre los meses de abril y mayo, y se deja toda la instalación de la feria para albergar la Expo Feria del Queso en el mes de Julio. Lo que nuevamente hace sobresalir la necesidad de contar con un campo ferial en el territorio de Turrialba – Jiménez, que ha sido mencionado anteriormente en otros antecedentes.

Esta iniciativa es un excelente ejemplo de actividades programadas que deben tomarse en cuenta en la Estrategia de Reactivación Turística, ya que este evento por sí solo es capaz de atraer a miles de personas al cantón Turrialbeño, por lo que los empresarios turísticos deberían tomar en cuenta este tipo de actividades en sus calendarios para ofrecer descuentos y promociones para las personas que visitan el cantón durante esas fechas.

- La Ruta del Queso

Esta propuesta se centró en “analizar las características generales del turismo rural, el agroturismo y las rutas alimentarias, así como la manera en que esos conceptos pueden aplicarse en un territorio específico, para potenciar procesos y productos con identidad, como es el caso del Queso Turrialba en Costa Rica” (Blanco y Riveros, 2004).

El principal objetivo de este trabajo fue tener un mayor conocimiento de la región de Santa Cruz de Turrialba, para comprender los procesos de elaboración del queso de más de 200 fincas queseras de la zona, con el fin de desarrollar un producto turístico que

incluyera otros elementos del paisaje como ríos, montañas, cataratas, lagos, el Parque Nacional Volcán Turrialba, el Monumento Nacional Guayabo y otros elementos naturales y artificiales, tangibles e intangibles, que pudieran ser de interés para los visitantes.

Como principal resultado se tiene la creación de 5 recorridos que tienen como punto de partida un lugar en común, la Iglesia de Santa Cruz de Turrialba. Los recorridos diseñados en esta propuesta son:

Cuadro 18. Recorridos de la Ruta del Queso en Turrialba.

Recorrido	Lugares que visita	Atractivos
#1	Santa Cruz, El Carmen, San Antonio, Guayabo, Monumento Guayabo.	Iglesias de Santa Cruz, El Carmen y San Antonio, colecciones de antigüedades, casa del poeta Jorge Debravo, plazas de fútbol, catarata La Muralla, trapiche, fincas lecheras, plantas queseras, cría de cerdos y cabras, artesanía en bambú, Parque Arqueológico Guayabo.
#2	Santa Cruz, La Pastora, La Reunión, La Central, Volcán Turrialba.	Río Aquiares, iglesia de La Pastora, miradores de los valles de Orosi y Turrialba, cráter del volcán, vista del litoral atlántico, venas volcánicas, Cerro El Armado, avistamiento de aves (quetzales), fincas lecheras, plantas de queso y cultivo de hortalizas.
#3	Santa Cruz, Calle Leiva, Las Virtudes, El Tapojo, Calle Vargas.	Fincas lecheras y plantas queseras (la mayor concentración de la zona), nacimiento del río Guayabo, vista del paisaje, caminatas cortas por la montaña, observación de aves.
#4	Santa Cruz, Buenos Aires, Catalina, Sitio Las Abras, El Hotel, La Botella, Los Bajos.	Vista del volcán Turrialba, montaña virgen, quebradas, observación de quetzales.
#5	Santa Cruz, Guayabo, La Fuente, Bonilla	Fincas lecheras y plantas queseras, trapiche, ríos cristalinos, cataratas, casa

		del poeta Jorge Debravo, artesanía en bambú, vista del paisaje.
--	--	---

Fuente: Elaboración del autor con información de Blanco y Riveros, 2004.

Luego de consultar a Marvin Blanco, uno de los autores del documento citado, sobre los retos para la implementación de la Ruta del Queso, el autor expresa que lamentablemente esta ruta no ha sido posible implementarla debido a siete razones principales expuestas a continuación:

1. Los propietarios de las fincas con más atractivo (fincas más grandes y desarrolladas) no quisieron diversificar hacia el agroturismo. Es decir, al tener mayores ingresos, no les parecía atractivo recibir turistas. Además, algunos productores se mostraban muy tímidos ante la nueva actividad.
2. Los propietarios de fincas más pequeñas y que sí estaban interesados en el negocio del agroturismo no tenían recursos para invertir en el desarrollo de planta turística (senderos, áreas de atención de visitantes, etc.). En su momento su prioridad era cumplir con requisitos sanitarios del Ministerio de Salud y mejorar sus instalaciones de la lechería y la quesera.
3. Los caminos de acceso a las fincas estaban en muy mal estado. A algunas fincas solo se podría entrar en vehículos de doble tracción.
4. El grupo promotor de la ruta también integraba otras comisiones (ASOPROA, Feria del Queso, Sello DO, Junta Educación, Asociaciones de Desarrollo) por cuanto la participación en la Ruta del Queso recargaba sus funciones.
5. Se terminaron los recursos para apoyar la organización de la Ruta, que fueron aportes de HIVOS y ALTERSIAL. Estos procesos requieren acompañamiento por lo menos durante 5 años y aquí solamente se acompañó durante 2 años.
6. La entrada en actividad del volcán Turrialba. Al declararse zona de alerta amarilla se impidió el acceso al volcán Turrialba. Esto alejó a los visitantes, e incluso varios restaurantes y tiendas de queso cerraron.

7. División interna en la organización de productores. Hubo varios desacuerdos, por ejemplo, ASOPROA quería administrar la Ruta y recibir un porcentaje de los ingresos a lo cual se opusieron los propietarios de las fincas.

A pesar de las razones expuestas anteriormente, por las que no se ha podido implementar la Ruta del Queso, esta iniciativa constituye un buen antecedente para la presente Estrategia de Reactivación Turística, ya que hay muchas lecciones aprendidas que pueden ser tomadas en consideración durante el proceso de elaboración de la estrategia.

- Finca La Florita, Santa Cruz de Turrialba

Construcción participativa de propuestas para una mejor gestión de la calidad de los servicios turísticos: El caso de la Finca La Florita, Santa Cruz de Turrialba, Costa Rica (2007), Rodrigo Zomkowski Ozorio.

Lo que buscó este Trabajo Final de Graduación fue “aportar al desarrollo de la oferta agroturística de una propiedad en específico a través de una profunda evaluación de la calidad de los servicios turísticos brindados por la misma, utilizando un abordaje que se enfoca tanto en la percepción del propietario, como en la del visitante.” (Zomkowski, 2007).

De acuerdo con Zomkowski (2007) el objetivo general de este trabajo fue contribuir con la Finca La Florita, distrito de Santa Cruz de Turrialba, al mejoramiento de los niveles de calidad de sus servicios turísticos, a través de la evaluación de sus condiciones actuales y de la realización participativa de propuestas factibles de implementación, que colaboren con el desarrollo exitoso de la oferta agroturística de la propiedad.

Los objetivos específicos fueron:

- Analizar la situación actual de la actividad agroturística desarrollada en la Finca “La Florita” a través de la realización de un diagnóstico turístico.
- Evaluar los niveles actuales de calidad de los servicios turísticos brindados por la finca, enfocándose en la percepción de los propietarios y visitantes.
- Determinar las necesidades de mejora en cuanto a la calidad de los servicios turísticos brindados por la propiedad.
- Encontrar soluciones de forma participativa que posibiliten la realización de propuestas factibles de implementación y contribuyan a una mejor gestión de la calidad de los servicios.

De acuerdo con Zomkowski (2007) los resultados de esta propuesta indicaron que el agroturismo es una muy buena opción alternativa para complementar los ingresos que las familias del medio rural obtienen de la producción agrícola. Valorizando al mismo tiempo los aspectos socio-culturales y ambientales y contribuyendo al fortalecimiento de las actividades tradicionales. También fue posible detectar que este tipo de actividad, de características muy peculiares, otorga oportunidades de crecimiento responsable; lo que se puede traducir en un aumento de los ingresos que genera la Finca La Florita sin afectar la fuente de ingresos principal, que siempre ha sido la producción de queso.

Otro resultado importante de destacar es que gracias a la metodología de construcción participativa de propuestas incentivó la creatividad y logró generar propuestas de implementación sencilla, coherentes con la realidad local y que son financieramente accesibles para los dueños de fincas queseras.

Luego de consultar a Carla Gómez Pereira, actual propietaria de la Finca La Florita, fue posible constatar que el aporte de este proyecto fue muy importante para la familia dueña de la finca, ya que representó una oportunidad para que Carla iniciara a desarrollarse en el campo turístico a nivel académico y profesional. Además, con las recomendaciones brindadas por el autor de este trabajo fue posible adaptar el tour, que ya existía y se ofrecía a estudiantes del CATIE, para cumplir con los requisitos del currículo académico

del Ministerio de Educación Pública (MEP) para poder ofrecer el tour a escuelas primarias de la zona de Turrialba.

También hubo una mejora significativa en los espacios comunes, el espacio para consumir alimentos y además se empezó a incluir el almuerzo en el tour ofrecido por la finca, gracias a las recomendaciones del investigador. Otro aspecto positivo fue que a raíz de esta investigación y con el aumento de la visitación al tour de la finca la visión de los propietarios se amplió y vieron en el agroturismo una oportunidad de complementar sus ingresos económicos, lo que los motivó en gran medida.

Carla asegura que haber iniciado a trabajar con agencias de viajes o tour operadores fue una de las mejores decisiones para ella como responsable de la finca y del tour, ya que ella no tiene que lidiar directamente con los clientes, sino que son las agencias las que se encargan de toda la parte de ventas, promoción, logística, etc. La Finca La Florita solamente se encarga de operar el tour de acuerdo a la negociación hecha previamente con los representantes de las agencias o tour operadores.

Este último aspecto es muy importante y debe ser tomado en cuenta dentro de la Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba, ya que muestra la importancia de desarrollar encadenamientos comerciales entre agencias de viajes o tour operadores con dueños de fincas o terrenos que cuenten con algún tipo de atractivo turístico. Ya que las agencias son las que tienen acceso al consumidor final y es más fácil para este tipo de empresas poder promocionar los atractivos turísticos existentes en el cantón de Turrialba.

- Tour Místico Nocturno Guayabo

El Tour Místico Nocturno Guayabo se lleva a cabo en el Monumento Nacional Guayabo, que, de acuerdo con el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) 2020, es el

sitio con estructuras arqueológicas conservadas y protegidas más importantes de Costa Rica.

“Aproximadamente 20 hectáreas del área protegida comprenden el sitio arqueológico, que consiste en un conjunto de estructuras arquitectónicas prehispánicas elaboradas en piedra –cantos rodados de río– mismas que se construyeron en un período de tiempo que se ubica entre el año 1000 antes de Cristo y 1400 después de Cristo; para una ocupación prolongada de aproximadamente 2400 años.” (SINAC, 2020).

La importancia que tiene este Monumento Nacional ha trascendido a nivel internacional, pues “ostenta la designación de Patrimonio Mundial de la Ingeniería Civil, denominación concedida por la Asociación Estadounidense de Ingenieros Civiles, una de las entidades más prestigiosas del mundo en este ámbito. Esta designación reconoce los logros y técnicas de ingeniería realizados por los primeros habitantes del Monumento Nacional Guayabo y que han perdurado a través del tiempo. (SINAC, 2020).

La Asociación de Guías Locales U-Sure es la encargada de la organización y de llevar a cabo el Tour Místico Nocturno. Con respecto a esta Asociación, “U-Sure inicia en el año 2000 con la atención de visitantes en el Monumento Nacional Guayabo en Turrialba. Y hasta la actualidad trabaja en mejorar la experiencia de la visita del turismo nacional y extranjero, además de promover la importancia del rescate de nuestra cultura, así como la protección del recurso arqueológico y el medio ambiente.” (U-Sure, 2020).

De acuerdo con Elizabeth Corrales Esquivel (2020) el Tour Místico Nocturno Guayabo, es algo que se realiza todos los años durante el mes de octubre desde hace 10 años. Consiste en un recorrido por el Monumento Nacional Guayabo donde se expone a los visitantes, tanto nacionales como extranjeros, historias tradicionales de los indígenas autóctonos del lugar en un recorrido nocturno, con el fin de rescatar la importancia de nuestras raíces culturales.

Corrales además indica que algo importante de este tour es que no solo se resalta la importancia de nuestra cultura y tradición, si no que mediante la actividad también se generan empleos para los vecinos y se da a conocer a la comunidad de Guayabo y sus alrededores.

El Tour Místico Nocturno Guayabo constituye un importante antecedente, ya que a pesar de ser un tour de corta duración y en horas de la noche la cantidad de personas que asiste es tanta que la Asociación de Guías Locales U-Sure debe llevar una lista de espera para las personas que desean participar y no logran obtener un espacio dentro del tour.

Además, la realización de este tipo de tours nocturnos promueve la pernoctación de los visitantes de zonas más alejadas. Por lo que sería importante considerar en esta estrategia más iniciativas como esta, que inciten a los visitantes a pasar una noche o dos en los hoteles locales.

- Plan de Desarrollo Rural del Territorio Turrialba – Jiménez (2015 - 2020)

Este documento fue elaborado por el Instituto de Desarrollo Rural (INDER), y “es el instrumento rector de la Planeación y Gestión del Desarrollo del Territorio, de conformidad con lo establecido en el artículo No. 13 de la Ley 9036, transformación del Instituto de Desarrollo Agrario (IDA) en Instituto de Desarrollo Rural (INDER).” (INDER, 2015).

El objetivo principal de este trabajo fue “estimular las potencialidades del territorio en las diferentes dimensiones del desarrollo en donde se fomente una mejora en la calidad de vida de las personas del Territorio Turrialba – Jiménez orientando las acciones del sector público, empresa privada, gobierno local y sociedad civil implicado de acuerdo con las necesidades del territorio.” (INDER, 2015).

De acuerdo con el INDER (2015) los objetivos específicos fueron:

- Presentar un conjunto de propuestas de desarrollo fundamentadas en una visión a futuro, planificada del Territorio Turrialba – Jiménez, por medio de un proceso participativo entre la sociedad civil y las instituciones, que permitan orientar y gestionar adecuadamente las políticas de inversión pública.
- Identificar y aplicar los valores que nos permitan orientar el plan de trabajo entre la sociedad civil y las instituciones públicas.
- Armonizar el Plan de Desarrollo Rural Territorial de manera tal que permita orientar la inversión pública en el territorio con los planes territoriales, regionales y nacionales de desarrollo.
- Diseñar un portafolio de proyectos priorizados de acuerdo con lo que se establezca producto de la participación de los actores del territorio.
- Establecer los compromisos y responsabilidades de los diferentes actores del territorio en la formulación, ejecución y evaluación de los proyectos de Desarrollo Rural Territorial; tendiente a disminuir la brecha existente entre el área rural y la urbana, para reducir las desigualdades de los grupos con menos acceso a las oportunidades.
- Armonizar el Desarrollo Rural Territorial con el uso racional de los recursos naturales con el que cuenta el territorio.
- Plantear acciones tendientes a aumentar las capacidades endógenas de gestión para la sociedad civil.

De acuerdo con los resultados de los análisis realizados por el equipo interdisciplinario del INDER (2015), el turismo en el territorio de Turrialba – Jiménez sobresale en el aspecto económico y ambiental.

En el aspecto económico tiene como fortalezas el alto atractivo turístico de la zona y el alto potencial agroecoturístico. Aunque también destacan como debilidades el débil manejo del turismo rural y el poco desarrollo turístico que existe actualmente en el territorio. Aunque a pesar de estas debilidades, la zona de Turrialba – Jiménez cuenta

con la oportunidad de una alta demanda de turismo rural aún no satisfecha a nivel nacional.

En el ámbito ambiental destaca el alto interés por los atractivos de turismo cultural, científico y recreativo; así como la alta demanda de sitios con atractivos turísticos y riqueza ambiental para visitar por parte de estudiantes de intercambio, sector científico y vacacionistas en general, que aún no han sido aprovechados en su potencial real respecto a la llegada de cruceros y turistas al puerto de Limón.

También se menciona en este documento la propuesta de la creación de un mega campo ferial en el Territorio Turrialba – Jiménez, con el fin de comercializar productos agropecuarios, industriales y artesanales, en algún lugar que sea conveniente para los productores de ambas localidades. En este Plan también se menciona la posibilidad de poder establecer la Ruta del Queso en Santa Cruz de Turrialba, anteriormente mencionada, para la venta y degustación de quesos, derivados y productos asociados.

Luego de consultar a Laura Mora (2020), funcionaria de la Oficina Regional del INDER en Turrialba, sobre qué proyectos relacionados con turismo se están ejecutando actualmente, fue posible conocer que al momento de la elaboración de esta investigación el INDER ha financiado ciertos módulos por medio del Programa de Fomento a la Producción y Seguridad Alimentaria en el Territorio de Turrialba – Jiménez que tienen proyección agroturística, pero ninguno es considerado específicamente como un atractivo turístico en la actualidad.

Con respecto a la propuesta de la creación de un mega campo ferial en el Territorio Turrialba – Jiménez, Mora asegura que lamentablemente a la fecha el proyecto no ha tenido avances significativos. Tampoco se tiene información sobre avances de la implementación de la Ruta del Queso, pero se conoce que el ICT está trabajando de la mano de la Cámara de Turismo de Turrialba, la Municipalidad de Turrialba y la Cámara de Comercio, Turismo y Servicios de Turrialba.

Este antecedente vuelve a mencionar la necesidad que tiene Turrialba de contar con un mega campo ferial para la comercialización de productos. Y aunque aún no hay avances significativos en la creación de este centro de eventos, este vendría a ser una muy buena oportunidad para atraer turismo nacional e internacional al cantón Turrialbeño, a través de la realización de eventos programados como ferias, exposiciones, exhibiciones, entre otros. Estos eventos pueden coordinarse y agendarse de forma coordinada dentro de la Estrategia de Reactivación Turística para la Cámara de Turismo de Turrialba con los eventos ya existentes, tales como la Feria Internacional del CATIE o la Expo Feria del Queso, eventos que han sido mencionados anteriormente y que ya han logrado establecer una buena presencia de público en sus eventos en años anteriores.

- Plan Estratégico Municipal (2016 - 2021)

Este Plan Estratégico Municipal se deriva de un proceso iniciado desde el año 2012 para desarrollar herramientas metodológicas que permitan la apropiación de los procesos de planificación participativa del desarrollo humano local en el cantón. El producto de este instrumento de planificación “procura conformar un plan que brindará apoyo a quienes deban asumir la responsabilidad técnica de presupuesto y programación, orientará a los operadores municipales y públicos con presencia local sobre el seguimiento de las acciones por el desarrollo humano cantonal, así como brindar herramientas para fortalecer la participación ciudadana en el quehacer de sus representantes locales y aportará criterios y herramientas para la evaluación de resultados a nivel municipal y cantonal.” (Municipalidad de Turrialba, 2016).

Dentro de los objetivos del Área Estratégica de Desarrollo Económico Local de este plan se encuentra uno que es de mucha importancia para la presente estrategia de reactivación turística que es “impulsar proyectos que fomenten los encadenamientos productivos, la empleabilidad, la captación de recursos económicos, plataforma tecnológica, la productividad, competitividad, con equidad y participación ciudadana utilizando las mejores practicas sostenibles. (Municipalidad de Turrialba, 2016).

De acuerdo con la Municipalidad de Turrialba (2016) el objetivo específico que responde al objetivo principal mencionado anteriormente, y que es más importante de destacar, es fortalecer el turismo mediante capacitación técnica en el cantón con el apoyo de la Municipalidad. Para la consecución de este objetivo se mencionan las siguientes líneas de acción:

- Organizar ferias turísticas, donde se promuevan manualidades, artesanías, gastronomía y los productos de la región.
- Promocionar a Turrialba como destino turístico.
- Establecer planes de acción y alianzas estratégicas con otras instituciones.
- Capacitar la mano de obra local, por medio de programas prioritarios para las diferentes necesidades.
- Fomentar iniciativas de turismo rural comunitario y regional.
- Mediar con otros entes para fortalecer las áreas protegidas como lo son: los parques nacionales, las reservas forestales y la reserva indígena.

Con respecto al Área Estratégica de Desarrollo Económico Sostenible del plan se encuentra otro objetivo que vale la pena mencionar que es “fomentar la generación y promoción de fuentes de empleo en los sectores primario, secundario y terciario de la actividad económica que posibiliten el mejor reparto de la riqueza, el mayor bienestar y la inclusión de sus habitantes sin que se afecte el ambiente y ni se comprometa el patrimonio del cantón.” (Municipalidad de Turrialba, 2016).

De acuerdo con la Municipalidad de Turrialba (2016) para este objetivo principal el objetivo específico más sobresaliente es potenciar la actividad turística mediante un modelo de competitividad que propicie el desarrollo emprendedurista y la generación de valor agregado en el sector. Para lograr este objetivo se mencionan las siguientes líneas de acción:

- Formulación de un plan para el desarrollo turístico.
- Posicionar como sitio de interés el anillo turístico para el disfrute de nacionales y extranjeros.
- Fortalecer infraestructuras y accesibilidad a los sitios de patrimonio cultural, natural, hidrológico y arqueológico.
- Formulación de un estudio de mercado para la identificación y el establecimiento de una ruta turística.
- Promoción del turismo rural comunitario.
- Planificación estratégica para el desarrollo del sector turístico.
- Promoción del turismo rural comunitario y la generación de un valor agregado como lo es el “Turismo al estilo Turrialbeño”.
- Consolidar cámara de turismo y demás instancias comunales que promuevan la organización entre emprendedores del ramo.
- Promover la creación de infraestructuras y servicios de apoyo para el fortalecimiento de la actividad turística.

El resultado de este Plan Estratégico Municipal 2016 – 2021 que más vale la pena destacar es que “al considerarse la nueva realidad que generó el Plan Cantonal de Desarrollo Humano Local en el sector turismo se destacó su posicionamiento como destino para visitantes nacionales e internacionales, pues el cantón ofrece un producto turístico único por su riqueza natural, geológica y arqueológica, alentado por el incremento en la cantidad de hectáreas asignadas a la estrategia pago de servicios ambientales.” (Municipalidad de Turrialba, 2016).

Este Plan resulta importante para la presente estrategia debido a que menciona la necesidad e importancia de capacitar a la población local en temas turísticos, para generar encadenamientos productivos y aumentar la empleabilidad. Además, se menciona en repetidas ocasiones la necesidad de fomentar iniciativas de turismo rural comunitario y regional, así como organizar ferias turísticas, que son dos elementos que deben ser tomados en cuenta en la presente Estrategia de Reactivación Turística.

También es importante destacar que la Municipalidad de Turrialba, para el momento del desarrollo de la presente estrategia, se encuentra trabajando en conjunto con la CATUR y la Cámara de Comercio, Turismo y Servicios de Turrialba para desarrollar una nueva marca que pretende posicionar a Turrialba como destino turístico a nivel nacional e internacional.

Anexo III. Posturas Teóricas Relevantes

Brote pandémico de COVID-19

Desde inicios del año 2020 el mundo se está viendo gravemente afectado por la crisis generada por el más reciente brote pandémico del COVID-19, que ha ido más allá del tema económico o financiero. En palabras de Antonio Guterres, Secretario General de las Naciones Unidas (ONU), “esta no es una crisis financiera, es una crisis humana... se trata de la mayor debacle observada desde la Segunda Guerra Mundial. (ONU, 2020).

De acuerdo con la OMS (2020), los coronavirus son una extensa familia de virus que pueden causar enfermedades tanto en animales como en humanos. En los humanos, se sabe que varios coronavirus causan infecciones respiratorias que pueden ir desde el resfriado común hasta enfermedades más graves como el Síndrome Respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SRAS). El coronavirus que recién se ha descubierto causa la enfermedad por coronavirus COVID-19, que es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto el nuevo virus como la enfermedad eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019.”

El turismo como generador de bienestar económico

Desde inicios de la década de los noventa, Costa Rica se ha posicionado a nivel mundial como un destino turístico por excelencia para diversos mercados internacionales. El turismo se ha establecido como la actividad que más divisas le genera al Estado costarricense, gracias a diversos factores como su estabilidad política, el hecho de no tener ejército, su distribución geográfica con playas, montañas, bosques y una gran variedad de microclimas; además de la infraestructura turística de hospedaje, transporte y alimentación que posee el país.

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define turismo como la “actividad o hecho de viajar por placer.” (RAE, 2019). De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo especializado de las Naciones Unidas, “durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.” (OMT, 2020).

“El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo.” (OMT, 2020). Pero ante situaciones externas adversas como una crisis, las personas se enfocan en cubrir sus necesidades básicas, y las actividades recreativas, como el turismo, pasan a un segundo plano debido a la incertidumbre de qué pasará después de la crisis o situación que amenaza las posibilidades de viajar por placer.

Debido a que el turismo no es una necesidad básica del ser humano, sino que por el contrario es un lujo que no todas las personas pueden costear, las actividades turísticas no escapan de vulnerabilidades que hacen que esta actividad, así como las actividades económicas conexas generadas de forma directa e indirecta, se vean afectadas por factores externos como crisis económicas o enfermedades que afecten a una población, un destino turístico, o incluso al mundo entero.

La OMT expresa en su página web que, “la contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca.” (OMT, 2020). En un país como Costa Rica, en donde las rentas generadas por el turismo son más altas que las generadas por las exportaciones, y que además ofrece un producto turístico de muy alta calidad es posible suponer que el bienestar económico de las empresas turísticas, independientemente de su tamaño, es muy bueno. Pero cuando no es posible ofrecer los atractivos turísticos debido a la afectación de una crisis, las rentas generadas

por el turismo pueden disminuir drásticamente, lo que conlleva poco bienestar económico a compañías de turismo, destinos turísticos, áreas, regiones o incluso países que dependen en gran medida del turismo; como es el caso de Costa Rica.

En palabras de Antonio Guterres, Secretario General de las Naciones Unidas, “el turismo es uno de los sectores económicos más importantes del mundo, ya que proporciona medios de vida a cientos de millones de personas, al tiempo que impulsa las economías, permite que los países prosperen, y permite que las personas experimenten algunas de las riquezas culturales y naturales del mundo y acerca a los pueblos entre sí, poniendo de relieve nuestra humanidad común.” (OMT, 2020).

Gestión de crisis en turismo

Normalmente “se suele pensar en las crisis como una circunstancia negativa que solo viene a causarnos problemas; y, por el contrario, la crisis no es más que una oportunidad de cambio y evolución. Es cierto que irrumpe en nuestra cotidianeidad y nos desestabiliza, pero son situaciones necesarias de atravesar para convertirnos en mejores personas, mejores empresas, mejores organizaciones, mejores gobiernos, mejores destinos turísticos.” (Ledhesma y Rivas, 2017).

La RAE define crisis como un “cambio profundo y de consecuencias importantes en un proceso o una situación, o en la manera en que éstos son apreciados” (RAE, 2019). Es por esto que se puede afirmar que la pandemia del COVID-19 es una crisis que afecta no solamente una actividad en específico, sino que la afectación generada a la salud de la población mundial impacta tanto a la economía mundial, como a las economías locales. Y especialmente a las economías dependientes de una actividad que no es básica, como lo es el turismo.

Con la aparición de nuevos virus o enfermedades la actividad turística se vio afectada en años anteriores a nivel global y Costa Rica no fue la excepción. Pero si en algo contribuyeron estas enfermedades, al menos a nivel nacional, fue a fortalecer el ya de

por sí robusto sistema de salud pública con el que cuenta nuestro país, pues en palabras de Daniel Salas, actual Ministro de Salud, refiriéndose al nuevo brote de COVID-19, “el trabajo del sistema de salud costarricense ha demostrado ser eficiente ante otras alertas mundiales como el SARS-CoV y el H1N1, siguiendo estrictos protocolos de actuación durante los años 2002-2003 y 2009-2010 respectivamente.” (ICT, 2020).

En cuanto a la afectación del turismo a nivel mundial a raíz del nuevo brote de COVID-19, “la OMT ha difundido un conjunto de recomendaciones que piden un apoyo urgente y firme para ayudar al sector turístico mundial no solo a recuperarse del reto sin precedentes de la COVID-19, sino a «volver mejor al crecimiento». Las recomendaciones son el primer resultado del Comité Mundial de Crisis para el Turismo, constituido por la OMT con representantes de alto nivel del turismo y del sistema de las Naciones Unidas en su conjunto.” (OMT, 2020).

La OMT ha lanzado una serie de recomendaciones, 23 en total, aunque de acuerdo con el Secretario General, “todavía no sabemos cuál será el impacto de la COVID-19 en el turismo mundial. No obstante, debemos apoyar al sector ahora, mientras nos preparamos para que, cuando vuelva al crecimiento, sea más fuerte y sostenible. Los planes y programas de recuperación del turismo se traducirán en empleo y en crecimiento económico” (OMT, 2020). Estas recomendaciones se dividen en tres áreas principales, que son:

Cuadro 19. Recomendaciones de la OMT.

Gestionar la crisis y mitigar el impacto	Suministrar estímulos y acelerar la recuperación	Prepararse para el mañana
Las recomendaciones clave se refieren a mantener el empleo, apoyar a los trabajadores por cuenta propia, asegurar la liquidez, promover el desarrollo de competencias y revisar los impuestos, tasas y normativas	Este conjunto de Recomendaciones hace hincapié en la importancia de proporcionar estímulos financieros, con políticas fiscales favorables, levantamiento de restricciones	Haciendo hincapié en la capacidad excepcional del turismo para liderar el crecimiento a escala local y nacional, las Recomendaciones piden que se preste más atención a la contribución del

<p>relacionados con los viajes y el turismo. Las Recomendaciones tienen en cuenta la probabilidad de que se produzca una recesión económica. Dado que el turismo utiliza mucha mano de obra, será un sector que sufrirá un duro revés, con millones de puestos de trabajo amenazados, especialmente puestos que ocupan mujeres y jóvenes, así como grupos marginados.</p>	<p>de viajes tan pronto como la emergencia sanitaria lo permita, flexibilización del régimen de visados, impulso al marketing y a la confianza de los consumidores, entre otras medidas, con el fin de acelerar la recuperación. Las Recomendaciones piden también que el turismo se sitúe en un lugar destacado de las políticas de recuperación y los planes de acción nacionales.</p>	<p>turismo a la Agenda para el Desarrollo Sostenible y al fortalecimiento de la resiliencia, aprendiendo de las lecciones de la actual crisis. Las Recomendaciones piden a los gobiernos y a los actores del sector privado que elaboren planes de preparación, y que utilicen esta oportunidad para efectuar la transición a la economía circular.</p>
---	--	---

Fuente: Adaptación de la OMT, 2020.

Estas acciones o recomendaciones establecidas por la OMT para tratar de ayudar al turismo a salir adelante durante y después de esta crisis resultan fundamentales para muchas micro, pequeñas y medianas empresas que existen alrededor del mundo que dependen del turismo para su bienestar económico.

Para el caso específico de Costa Rica, la aparición del COVID-19 en Asia y su pronta dispersión ocasionó una paulatina disminución de afluencia de turistas a inicios de febrero de 2020, pero con la llegada del virus al país se generó una disminución drástica del turismo en Costa Rica, hasta llegar a la denominada “temporada cero”, en la que se dejó de percibir ingresos por concepto de turismo nacional e internacional por un tiempo determinado, que aún no está claro qué tan largo será.

De acuerdo con la OMT, “nunca antes se habían introducido restricciones de viaje en todo el mundo como ahora, el organismo especializado de las Naciones Unidas para el turismo prevé que las llegadas de turistas internacionales se reducirán entre un 20% y un 30% en 2020, en comparación con las cifras de 2019. Sin embargo, la OMT subraya que estos números se basan en los últimos acontecimientos, cuando la comunidad

mundial afronta un reto social y económico sin precedentes, y deberían interpretarse con cautela a la luz de la naturaleza extremadamente incierta de la crisis actual. (OMT, 2020).

La gran ventaja del turismo ante esta crisis que tiene de cabeza al mundo entero es que a través de los años y de las diferentes crisis vividas anteriormente, el sector turístico es uno de los sectores que más rápido se recuperan. Por esta razón “la OMT hace hincapié en la resiliencia histórica del turismo y en su capacidad de crear empleo después de situaciones de crisis, a la vez que destaca la importancia de la cooperación internacional y de garantizar que el sector sea parte esencial de los esfuerzos de recuperación.” (OMT, 2020). Y la buena noticia para el sector turístico costarricense es que “el Gobierno de la República a través del ICT acompañará a los empresarios turísticos para enfrentar esta crisis mundial.” (ICT, 2020).

De acuerdo con Ledhesma y Rivas (2017), crisis es toda oportunidad de cambio y evolución que irrumpe en nuestra rutina de manera imprevista, lo que implica desestabilización e incertidumbre, y urgencia en el actuar. La crisis puede ser vista como un mal, pero en todo caso sería “un mal necesario”, un proceso por el que todos los seres humanos y todas las organizaciones debemos pasar para crecer, para madurar. Por lo que se puede afirmar que las empresas turísticas se encuentran ante una gran oportunidad de reinventarse, de renovar, de modificar y actualizar la forma en la que venían trabajando para volver al crecimiento mejor preparadas.

Reactivación turística

De acuerdo con Simancas, Hernández, y Padrón (2020) claramente estamos viviendo una situación única que nadie se esperaba y para la que no se habían contemplado posibles medidas. No existían planes de crisis previos al respecto y toda medida que se está llevando a cabo es de carácter reactivo, no proactivo.

Como ha dicho la OMT desde el inicio de la crisis, “los Gobiernos tienen el deber de anteponer la salud de sus ciudadanos. Sin embargo, tienen también la responsabilidad

de proteger la actividad empresarial y el empleo. Durante demasiado tiempo, y en demasiados lugares, la balanza se ha decantado claramente por lo primero. Y ahora estamos pagando el precio. No tiene que ser así. Como sector, el turismo tiene una larga trayectoria demostrando su capacidad de adaptarse y hacer frente a los retos.” (OMT, 2020).

Lamentablemente para el sector turístico, este ha sido uno de los sectores más afectados por la crisis generada por el COVID-19 y, de acuerdo con la OMT (2020), ningún país ha quedado ileso, ya que de una forma u otra las restricciones en los viajes y la caída repentina de la demanda de los consumidores ha provocado un desplome sin precedentes del número de turistas internacionales.

“En las últimas semanas, el turismo mundial ha liderado el camino para encontrar y aplicar soluciones que nos ayuden a adaptarnos a la nueva realidad mientras esperamos una vacuna que aún podría tardar muchos meses en llegar. La realización de pruebas rápidas y rigurosas en puertos y aeropuertos, y las aplicaciones de detección y rastreo tienen potencial para impulsar el reinicio seguro del turismo, partiendo de la curva de aprendizaje de las personas y las sociedades durante estos difíciles meses pasados.” (OMT, 2020).

Además, de acuerdo con la OMT (2020) en todas partes, la ciudadanía ha aprendido ya a conducirse de manera responsable. Las empresas y los servicios han instaurado protocolos y han adaptado sus actividades. Por lo que ahora es el mejor momento para que los Gobiernos tomen las decisiones políticas necesarias a fin de cerrar las brechas para que podamos avanzar todos juntos.

“La reactivación responsable del turismo está empezando en todo el mundo mientras crece el número de destinos que flexibilizan las restricciones de viaje relacionadas con la COVID-19 y se adaptan a la nueva realidad. Según el último análisis de la Organización Mundial del Turismo, el 40% de los destinos del mundo han flexibilizado ya

las restricciones que impusieron al turismo internacional como respuesta a la COVID-19.” (OMT, 2020)

La OMT (2020), ha estado haciendo un seguimiento a escala mundial de las respuestas a la pandemia desde el inicio de la crisis. Los últimos datos, registrados el 19 de julio de 2020, van al alza, comparados con los del 15 de junio de 2020, cuando solo el 22% de los destinos habían flexibilizado las restricciones, o los del 15 de mayo de 2020, cuando eran únicamente un 3%, y confirma la tendencia a una adaptación lenta pero continuada y un reinicio responsable del turismo internacional.

Las cifras mencionadas anteriormente dan una luz de esperanza al sector turístico, y especialmente a las empresas que se dedican a trabajar con turismo internacional, pues poco a poco se van abriendo las fronteras de los países. Aunque no hay que perder de vista que este es un proceso paulatino y que depende del control que se tenga sobre el desarrollo de la pandemia en los diferentes países, tanto emisores como receptores de turistas.

“Al mismo tiempo, no obstante, de los 87 destinos que han flexibilizado hasta ahora las restricciones de viaje, solo cuatro han levantado por completo todas las restricciones, mientras que 83 las han aligerado, pero manteniendo algunas medidas, como el cierre parcial de fronteras en vigor.” La “última edición del informe de la OMT sobre las restricciones de viaje muestra además que 115 destinos (el 53% de los destinos del mundo) siguen manteniendo sus fronteras completamente cerradas al turismo.” (OMT, 2020)

En palabras del Secretario General de las Naciones Unidas, Antonio Guterres, "es imperativo que reconstruyamos el sector turístico de manera segura, equitativa y respetuosa con el clima y así asegurarnos de que el turismo recupere su posición como proveedor de empleos decentes, ingresos estables y la protección de nuestro patrimonio cultural y natural." (OMT, 2020).

Como se mencionó anteriormente, esta crisis representa una oportunidad para repensar el turismo y volver a operar de mejor manera durante la nueva realidad pre-vacuna y establecer mejores y más altos estándares que perduren durante la época post-vacuna contra el COVID-19. Con este fin, la OMT (2020) ha identificado cinco prioridades para la reanudación o reactivación del turismo, todas ellas encaminadas a garantizar un sector más resistente, inclusivo y neutral en cuanto a las emisiones de carbono. Estas prioridades son:

- **Mitigar** los efectos socioeconómicos en los medios de vida, en particular el empleo y la seguridad económica de las mujeres.
- **Impulsar** la competitividad y crear capacidad de recuperación, entre otros, mediante la diversificación económica y el fomento de las PYMES.
- **Avanzar** en la innovación y la transformación digital del turismo.
- **Fomentar** la sostenibilidad y el crecimiento verde.
- Dedicar mayor **atención a la coordinación** y al liderazgo responsable.

La implementación de estas medidas vendría no solo a fortalecer el sector turístico, sino que al mismo tiempo aseguran un mejor futuro tanto para la actividad turística como para las comunidades locales y sus habitantes.

Un ejemplo puntual de lo anterior es que “la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) han firmado un memorando de entendimiento según el cual los dos organismos trabajarán juntos para impulsar unos objetivos comunes relacionados con el crecimiento sostenible y responsable del turismo rural.” (OMT, 2020).

De acuerdo con el secretario general de la OMT (2020), este memorando de entendimiento entre la OMT y la FAO hace hincapié en la naturaleza transversal del turismo y la importancia de la cooperación a todos los niveles para garantizar que el sector favorezca a todos. Tanto el turismo como la agricultura son esenciales para la subsistencia de las comunidades de todo el mundo, insistiendo en el papel que el turismo

puede tener como sector de oportunidades para las comunidades rurales e impulsor de la recuperación social y económica”.

Promoción turística

De acuerdo con Gurría Di Bella (1991) el producto turístico, o sea la oferta, es la suma de los atractivos y servicios estructurados conforme la demanda real o potencial. De esto se deriva un proceso de comercialización muy complejo, ya que el producto turístico se consume en el momento que se produce, por lo tanto, como sucede con casi todos los servicios, el cliente debe trasladarse al lugar donde será producido o consumido. El producto turístico no puede enviarse ni adquirirse en un almacén para usarlo después.

“Para comprender el proceso del *marketing*, es conveniente tener en cuenta los elementos o factores que intervienen, junta o separadamente, y que cada uno de ellos es en sí un proceso.” (Gurría Di Bella, 1991). Estos factores son:

- Precio
- Investigación de mercado
- Publicidad
- Distribución
- Promoción de ventas
- Ventas
- Relaciones públicas

Como se mencionó anteriormente, “el proceso del *marketing* turístico es tan complejo como la actividad misma; cada uno de los factores señalados se pueden dar en distintos niveles (regional, nacional, internacional, etc.) y en distintas áreas (hoteles, atractivos, recreación, etc.), asimismo, simultáneamente abarcarán campos gubernamentales, institucionales y particulares.” (Gurría Di Bella, 1991).

Con respecto a la definición de promoción turística, Gurría Di Bella (1991) establece que:

Una vez que se tiene un producto, y que existe un posible mercado para ese producto, en el sentido de que en algún lugar hay consumidores del mismo, es indispensable darlo a conocer.

Nadie puede consumir lo que no conoce, por eso será necesario dar a conocer los atractivos y servicios turísticos al mayor número de personas que estén en posibilidades de usarlos, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información en forma eficaz, de tal manera que despierte el interés de los posibles turistas, para transformarlo en un deseo y éste en una verdadera necesidad. La promoción puede entonces crear nuevas necesidades en los individuos.

Como toda actividad productiva, la promoción turística requiere de un proceso de planeación, en el cual se deberán determinar los siguientes puntos propuestos por Gurría Di Bella (1991):

- Establecer metas específicas y bien definidas sobre lo que pretende lograr el programa de promoción
- Qué mercados (posibles consumidores) debe alcanzar el programa
- Qué medios publicitarios se utilizarán
- Con qué presupuesto económico se cuenta
- Cómo se medirán los resultados del programa

Este autor establece, además, que toda promoción turística tiene tres elementos fundamentales o primarios, sin importar el grado o tipo de promoción:

- Publicidad
 - Anuncios, periódicos, revistas especializadas y revistas de viajes
 - Artículos, reportajes pagados y noticias de interés general o particular
 - Publicaciones especiales, libros y guías
 - Radio, televisión y videos.

- Materiales de apoyo de ventas.
 - o Carteles (*posters*)
 - o Folletos, literatura de servicios y literatura de lugares y eventos
 - o Diapositivas
 - o *Displays* y calcomanías
- Relaciones públicas
 - o Viajes de familiarización
 - o Ferias y exposiciones turísticas (nacionales y internacionales)
 - o Representaciones en el extranjero
 - o Oficinas de turismo
 - o Asociaciones empresariales
 - o Oficinas de convenciones y visitantes
 - o Centros de reservaciones

Gurría Di Bella (1991) agrega además que estos elementos deben considerarse como un todo, con una mezcla proporcional en la medida de lo que se pretenda lograr. Asimismo, toda promoción turística debe contar con:

- Una fuente emisora que determine el destino turístico que se quiera promover
- Un auditorio-meta que será el mercado que se quiere captar
- Un mensaje, es decir, lo que se diga para convencer
- Un medio para hacer llegar el mensaje
- Mecanismos que permitan la retroalimentación de los resultados del proceso

De acuerdo con Gurría Di Bella (1991) Es muy importante y desde luego conveniente, que dentro de los servicios de apoyo relacionados directamente con la promoción se creen los mecanismos necesarios de comunicación para que los turistas reciban información suficiente que les permita no sólo conocer los lugares de interés de la localidad, región o país que visitan, sino entender lo más posible el lugar y a la gente que lo habita; cuáles son las costumbres locales; los horarios habituales de comida; qué tipo de platillos se acostumbran o son típicos. En fin, todo lo que puede esperar de su visita,

así como lo que las personas del lugar esperan del propio turista. Es muy común que el turista tenga una falsa concepción del lugar que visita, precisamente por la falta de información.

Relacionando el proceso de promoción turística a la situación en la que se encuentra el turismo a nivel mundial Simancas, Hernández y Padrón (2020) sugieren que la pandemia del COVID-19, con la consiguiente recesión económica, nos deja un panorama que obliga a gestionar la escasez. Pues en efecto, ya no se trata de gestionar la abundancia: todo cambió súbitamente. Ya los destinos no se llenarán solos: habrá que esforzarse mucho más y poner en juego todas nuestras capacidades. Especialmente en el periodo pre-vacuna, notaremos la escasez:

- De turistas (con un mercado casi exclusivamente doméstico, y no con todos sus segmentos plenamente operativos) y de gasto (constreñido por la recesión económica). O sea, escasez de demanda. Y con servicios presumiblemente sujetos a limitaciones de aforo, como en las playas.
- De información: las referencias pre-crisis en cuanto a patrones de comportamiento de los turistas ya no son aplicables.
- De confianza por parte de los mercados emisores, minada por la pandemia y la gravísima afectación que ha tenido en España.
- De liquidez, con las empresas del sector con un músculo financiero mermado por la hibernación forzada de su actividad.

“Los comportamientos endogámicos serán también parte del legado del COVID-19 en esta fase, con llamamientos (e incluso estímulos económicos) a hacer turismo dentro de la propia región y hasta provincia; así como al anuncio de redoblados esfuerzos públicos en materia de promoción. En un mercado con una demanda limitada, cuantitativa y cualitativamente, la competencia por atraer clientela será desesperada, con un riesgo

evidente de entrar en una espiral de caída de precios para, al menos, generar movimiento y una cierta sensación de normalidad, aunque no rentabilidad.” (Simancas et al., 2020).

Por lo que resulta particularmente importante para los destinos turísticos poner un énfasis especial en cómo se va a manejar la promoción turística en los meses de reactivación durante el periodo pre-vacuna para captar clientes, pues al menos para la realidad de Costa Rica ya es posible encontrar entidades bancarias o financieras lanzando promociones de viajes domésticos financiados con tarjetas de crédito a cero porcientos de interés y cero porcientos por concepto de comisiones. Incentivando así la reactivación económica a través del turismo nacional, tratando de hacer aún más atractiva la visita a los destinos turísticos domésticos por parte del turista nacional que cuenta con la facilidad de poder vacacionar. Estas facilidades de pago también deben ser consideradas por parte de los empresarios turísticos como una herramienta más de promoción turística a su favor.

Anexo IV. Generalidades del cantón de Turrialba

Aspectos generales

Ubicación geográfica

De acuerdo con información obtenida del Perfil Cantonal de Turrialba (2015), las coordenadas geográficas de este cantón son:

- Longitud Oeste: 83° 34' 03"
- Latitud Norte: 9° 47' 14"

Y los límites geográficos del cantón de Turrialba se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro 20. Límites geográficos del cantón de Turrialba.

Norte	Pococí, Guácimo, Siquirres y Matina
Sur	Pérez Zeledón
Este	Limón y Matina
Oeste	Paraíso, Jiménez, Alvarado y Oreamuno

Fuente: Adaptación de Municipalidad de Turrialba, 2015.

También resulta interesante mencionar que “al momento de establecer a Turrialba como un cantón de la provincia de Cartago, se tomaron como referencia límites naturales que incluyen las principales cuencas hidrográficas presentes en el territorio como los ríos Reventazón, Chirripó y Pacuare, y el límite natural entre Turrialba y Limón es en el río Toro Amarillo hasta el cerro Chirripó. (Municipalidad de Turrialba, 2015).

Clima

Con respecto al clima de Turrialba se sabe que esta ciudad “presenta el tipo de clima Tropical Húmedo, característico de la Región Atlántica del país, con precipitaciones de aproximadamente 4000mm al año. (Municipalidad de Turrialba, 2015). Y de acuerdo con la Agencia de Servicios Agropecuarios de Turrialba, como se cita en el Perfil Cantonal de Turrialba (2015), la temperatura del cantón es de 27.1 °C como máximo y 17.9 °C como mínimo con un promedio de 21.7 °C. Los promedios más bajos de precipitaciones se dan entre los meses de enero y abril y los mayores promedios entre mayo y diciembre, con una precipitación anual promedio de 2,619mm.

Territorios indígenas

Según Vega, como se citó en Jiménez et al. (2015), la población indígena Cabécar se encuentra distribuida en tres territorios conocidos como Reservas Indígenas, cuyos nombres son Nairí Awarí, Bajo Chirripó y Alto Chirripó. Estos territorios se extienden en áreas que pertenecen a Limón y Turrialba en una zona montañosa en la fila de Matama y la Cordillera de Talamanca. En el caso de Chirripó, que cuenta con un área aproximada de 496km², el 68.8% de ese territorio pertenece a los indígenas y es la Reserva Indígena más extensa del país, donde se concentra la mayor parte de la población indígena perteneciente al cantón de Turrialba.

Accesibilidad

Históricamente Turrialba ha funcionado “como un centro de estadía y como un centro de excursión para la operación de productos de aventura de un día comercializados desde San José. Además, dada su posición estratégica puede operar también como un centro de escala mediante el que se conecta la región central del país con la región del Caribe.” (ICT, 2019).

De acuerdo con información contenida en el Plan de Gestión Integral de Destino del ICT (2019), la estructura espacial de Turrialba está definida por un área núcleo constituida por la ciudad de Turrialba y la disposición de todos los servicios necesarios para la actividad turística. Esta área núcleo concentra además algunos atractivos primarios de la zona tales como el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), su Jardín Botánico y el embalse de la Angostura. Esta área núcleo funciona tanto como centro de estadía cuando es utilizado como centro de escala en viajes al Caribe, o también cuando los atractivos de la zona son utilizados como viaje de un día desde San José.

Además, el ICT (2019) identifica a partir de este núcleo la existencia de tres cortos corredores de excursión que conectan con los tres principales atractivos de la zona:

- Por la Ruta 230 interconectando con la carretera que conduce a Guayabo hasta el Monumento Nacional Guayabo.
- De la Ruta 230 al cruce de La Pastora y de ahí hasta el Parque Nacional Volcán Turrialba.
- Por la Ruta 230 hasta Ruta 10 como acceso al río Pacuare.

Infraestructura vial

Según el Plan Quinquenal 2012, como se menciona en el Perfil Cantonal de Turrialba (2015), la extensión de la red vial cantonal es de 581km y la extensión de la red vial nacional en el cantón es de 78km. De acuerdo a estos datos, Turrialba cuenta con un 80% de caminos en lastre o tierra, 18% en asfalto y 2% posee un tratamiento superficial.

En la Figura 6 es posible observar que la mayoría de los caminos del cantón turrialbeño se encuentran en mal estado con un 36% bajo esta categoría, sin embargo, el 31% de los caminos están en un estado regular. Mientras que solamente el 21% de los caminos se encuentra en buenas condiciones y el restante 12% aparecen como caminos en muy mal estado.

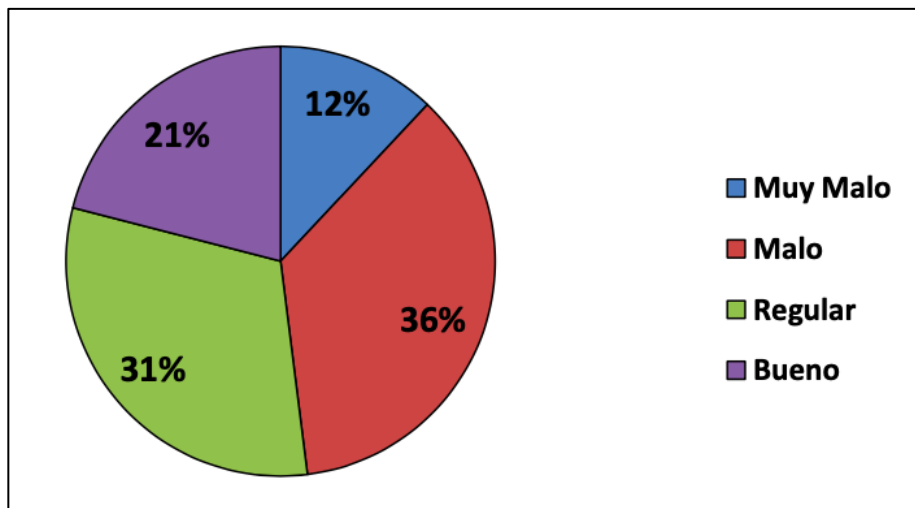


Figura 29. Condición de la red vial del cantón de Turrialba.

Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2015.

El cantón de Turrialba “tiene retos en este aspecto debido a su gran extensión territorial lo que obliga al municipio a tomar decisiones para invertir en la red vial de aquellos pueblos que presenten problemas de acceso y traslado, como por ejemplo Chirripó y las reservas indígenas ahí presentes que, entre otras cosas, necesitan del acceso óptimo vía terrestre para comercializar sus productos agrícolas.” (Municipalidad de Turrialba, 2015).

Con respecto a las zonas indígenas de Chirripó según Vega, como se cita en Jiménez et al. (2015), un rasgo contrastante con el resto del cantón es que se cuenta con caminos de lastre hasta la localidad de Grano de Oro y Altos de Quetzal, el resto de los caminos son de poco acceso en su mayoría “trillos” que llevan a zonas más montañosas donde se encuentran los caseríos muy dispersos, que deben ser transitados a pie o bien a caballo. La distancia del distrito central de Turrialba al territorio indígena de Chirripó es de 50km.

Sistema turístico

Según Sergio Molina, como se cita en Panosso y Lohmann (2012), el estudio sistémico del turismo está poco desarrollado, en especial en América Latina. Según este autor chileno, el turismo, visto como un sistema, está formado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para lograr un objetivo común.

De acuerdo con la visión de Molina, como se cita en Panosso y Lohmann (2012), las partes o subsistemas que forman el sistema turístico son:

- La superestructura: organizaciones del sector público y privado; leyes, regulaciones, proyectos y programas.
- La demanda: turistas residentes en el país y en el extranjero.
- La infraestructura: aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, telefonía, etc.
- Los atractivos: naturales y culturales.
- El equipamiento y las instalaciones (servicios): hoteles, moteles, *campings*, *trailer parks*, restaurantes, cafés, agencias de viaje, piscinas y canchas de tenis, entre otros.
- La comunidad receptora: residentes locales relacionados directa o indirectamente con el turismo.

Este sistema turístico se puede ver representado en el siguiente esquema:

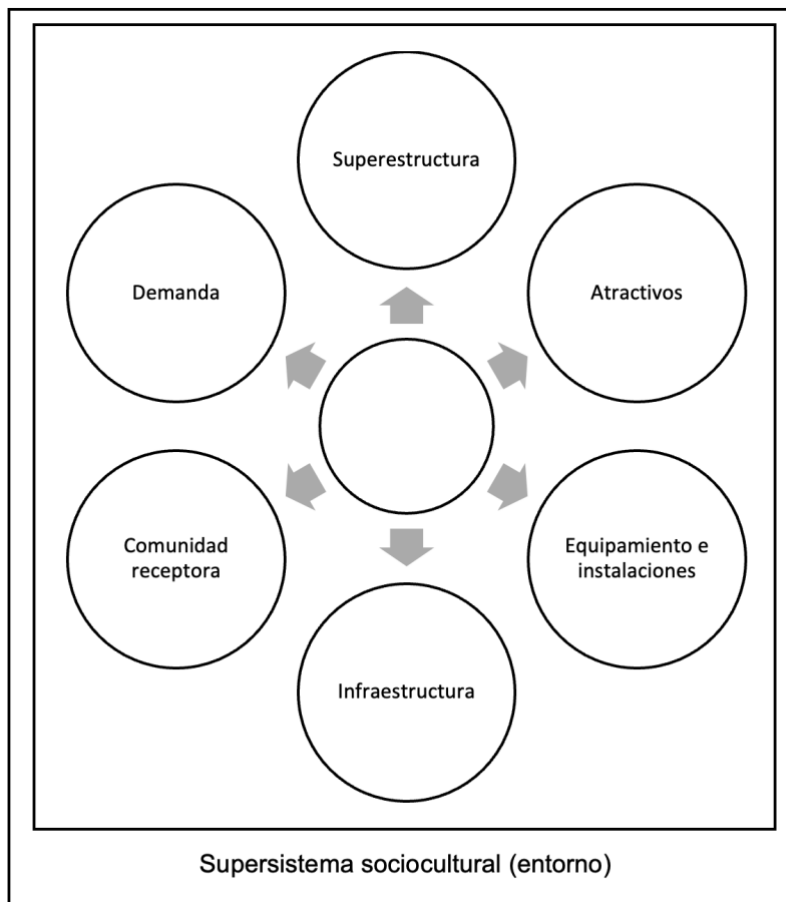


Figura 30. Sistema turístico de Sergio Molina.

Fuente: Adaptación de Panosso y Lohmann, 2012.

De acuerdo con esta teoría y adaptando el sistema turístico de Molina a Turrialba como destino turístico, se tiene que el sistema turístico de Turrialba funciona como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 21. Sistema turístico de Turrialba de acuerdo a la teoría de Sergio Molina.

Subsistema	Elementos
Superestructura	<p>Agencia para el Desarrollo, Banco de Costa Rica, Banco Nacional, Banco Popular y de Desarrollo Comunal, BAC Credomatic, Benemérito Cuerpo de Bomberos, Caja Costarricense de Seguro Social, Cámara de Comercio, Cámara de Turismo de Turrialba, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, Comisión Local de Emergencias, Consejo Nacional de Producción, Corredor Biológico Volcánica Central Talamanca, Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad, Instituto Costarricense de Electricidad, Instituto de Desarrollo Rural, Instituto del Café de Costa Rica, Instituto Mixto de Ayuda Social, Instituto Nacional de Aprendizaje, Instituto Nacional de Seguros, Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Ambiente y Energía, Ministerio de Educación Pública, Ministerio de Salud, Ministerio de Trabajo, Municipalidad de Turrialba, Patronato Nacional de la Infancia, Poder Judicial, Servicio Nacional de Aguas Riego y Avenamiento, Servicio Nacional de Salud Animal, Sistema Nacional de Áreas de Conservación, Universidad de Costa Rica, Universidad Estatal a Distancia, Universidad Florencio del Castillo.</p>
Demanda	<p>Turistas nacionales y extranjeros que visiten el cantón de Turrialba.</p>
Infraestructura	<p><u>Transporte terrestre:</u> Terminales de buses Transtusa (Turrialba – San José / Turrialba - Siquirres) y Distrital. <u>Comunicaciones:</u> Instituto Costarricense de Electricidad y Correos de Costa Rica. <u>Energía:</u> Instituto Costarricense de Electricidad. <u>Salud:</u> Hospital William Allen T., aproximadamente 22 EBAIS y Cruz Roja. <u>Sanidad:</u> Agua, desagües y basura (Municipalidades de Turrialba, Jiménez y ASADAS). <u>Seguridad:</u> Fuerza Pública y Policía de Transito.</p>
Atractivos	<p><u>Sitios Naturales:</u> Parque Nacional Volcán Turrialba, Parque Nacional Barbilla, Parque Nacional Tapantí – Macizo de la Muerte, Parque Nacional Chirripó, Monumento Nacional Guayabo, Reserva Biológica Espino Blanco, Refugio de Vida Silvestre La Marta, Reserva Forestal Cordillera Volcánica Central, Reserva Forestal Río Macho, Reserva</p>

	<p>Forestal Río Pacuare, Zona de Protección Cuenca Río Tuis, Corredor Biológico Volcánica Central Talamanca y Territorio Indígena Chirripó – Cabécar.</p> <p><u>Sitios naturales de aventura y diversión:</u> Catarata de Aquiares, Catarata La Muralla, Catarata Las Trillizas, Ríos Pacuare y Pejibaye, <i>canyoning</i>, <i>canopy</i>, ciclismo de montaña, cabalgatas, Jardín Botánico del CATIE y caminatas.</p> <p><u>Museos y manifestaciones culturales:</u> Museo Regional Omar Salazar, Sitio Arqueológico Guayabo, Escuela Jenaro Bonilla Aguilar, Antigua estación del Ferrocarril al Atlántico, la Casona del Centro Universitario del Atlántico, Caserío Histórico de Colorado, Templo Católico San José, Escuela de Santa Cruz, Templo Católico de La Pastora,</p> <p><u>Acontecimientos programados:</u> Feria Nacional del Café, Feria Internacional del CATIE, Festival de Turismo Turrialba, Feria Nacional del Pejibaye, Expo Feria del Queso.</p> <p><u>Programas con enfoque vivencial:</u> se identifican 37 diferentes programas con enfoque vivencial con su respectivo nombre, teléfono de contacto, correo electrónico y persona a cargo de la actividad.</p>
Equipamiento e instalaciones (servicios)	<p><u>Restaurantes y similares:</u> entre bares y restaurantes, pizzerías, cafeterías, venta de comidas rápidas, sodas en general, restaurantes y demás; se registran 219 negocios en esta categoría.</p> <p><u>Alojamiento:</u> entre cabinas, hostales, hoteles y demás; se registran 38 empresas de hospedaje en el departamento de patentes.</p> <p><u>Agencias de viajes:</u> se registran 7 agencias de viajes en tres distritos: Turrialba, La Suiza y Tuis.</p> <p><u>Oficinas de información:</u> se registran 4 oficinas de información. Una en el distrito de Santa Cruz y tres en el distrito de Turrialba, todas de iniciativa privada.</p> <p><u>Tour operadores:</u> se registran 12 tour operadores distribuidos en cinco distritos: Turrialba, Santa Rosa, Santa Cruz, Santa Teresita y Pavones.</p> <p><u>Transporte terrestre:</u> debido a las características del territorio únicamente existe el transporte terrestre. Se registran 21 empresas que brindan el servicio de transporte turístico.</p> <p><u>Otros de planta turística:</u> en Turrialba además se registra un centro de diversión nocturna, un negocio de arrendamiento de vehículos y diez centros recreativos y/o piscinas.</p>
Comunidad receptora	Cantón de Turrialba, incluyendo sus 12 distritos.

Fuente: Elaboración del autor con datos de la Municipalidad de Turrialba, 2019.

Aspectos socio-económicos

Organización político-administrativa

El cantón de Turrialba “posee una gran variedad de condiciones sociales y económicas ya que comprende más del 50% del territorio de la provincia de Cartago. Los grupos indígenas son parte del recurso humano de Turrialba y deben considerarse dentro de los procesos de proposición y generación de políticas y acciones de impacto local. (Municipalidad de Turrialba, 2015).

De acuerdo con el Perfil Cantonal de Turrialba (2015), este es un cantón de gran extensión territorial ocupado principalmente por zonas de cobertura boscosa y presenta un terreno de mucha pendiente (principalmente mayor a los 30 grados), en su mayoría con relieves de tipo ondulado y montañoso, el cual contiene una numerosa cantidad de áreas protegidas, lo que hace de Turrialba un cantón con muchos atractivos naturales. Actualmente se encuentra organizado en 12 distritos, anteriormente mencionados, de los cuales se detalla sus principales comunidades, así como la altura sobre el nivel de la mar aproximada de cada uno de los distritos en el siguiente cuadro:

Cuadro 22. Distritos del cantón de Turrialba y sus principales comunidades.

Distrito	Altitud msnm*	Principales comunidades
Turrialba	646	Américas, Ángeles, Cabiria, Campabadal, Castro Salazar, Cementerio, Clorito Picado, Dominica, El Silencio, Guaria, Haciendita, Margot, Nochebuena, Numa, Pastor, Poró, Pueblo Nuevo, Repasto, San Cayetano, San Rafael, Sictaya, Bajo Barrientos, Cañaveral, Colorado, Chiz, Esmeralda, Florencia, Murcia, Pavas, Recreo, Roncha, San Juan Norte, San Juan Sur.
La Suiza	616	Abelardo Rojas, Alto Alemania, Atirro, Balalaica, Buenos Aires, Canadá, Carmen, Cruzada, Danta, Gaviotas, Guadalupe, Máquina Vieja, Margarita, Mollejones, Pacayitas, Pacuare, Piedra Grande, Porvenir de la Esperanza, Puente Alto, San Vicente, Selva (parte), Silencio, Sonia.
Peralta	390	El Seis.

Santa Cruz	1475	Bajos de Bonilla, Bolsón (parte), Bonilla, Buenos Aires, Calle Vargas, Carmen (parte), Esperanza, Guayabo Arriba, La Central, La Fuente, Pastora, Picada, Raicero, Reunión, San Antonio, San Diego, Torito (parte).
Santa Teresita	480	Cooperativa, Bonilla Arriba, Buenavista, Cas, Cimarrones, Colonia Guayabo, Colonia San Ramón, Corralón, Dulce Nombre, El Dos, Fuente, Guayabo (parte), Líbano, Nueva Flor, Palomo, Pradera, Sandoval, Santa Tecla, Sauce, Torito (parte), Torito (sur).
Pavones	819	Angostura, Bóveda, Buenavista, Chitaría, Eslabón, Isla Bonita (parte), Jabillos, San Rafael, Sitio Mata, Yama.
Tuis	735	Alto Surtubal, Ángeles, Bajo Pacuare (norte), Cabeza de Buey, Cien Manzanas, Colonia San Lucas, Colonia Silencio, Colonias, Mata de Guineo, Nubes, Paulina, Sacro, San Bosco, Selva (parte).
Tayutic	870	Bajo Pacuare (sur), Dos Amigos, Dulce Nombre, Guineal, Jicotea, Mina, Morado, Quebradas, San Martín, San Rafael, Tacotal.
Santa Rosa	810	Aquiaries, Bolsón (parte), Carmen (parte), Río Claro, San Rafael, Verbena Norte, Verbena Sur.
Tres Equis	630	Alto June, Corozal, Flor, Guanacasteca, Isla Bonita (parte), Pilón de Azúcar, San Pablo, Sol.
La Isabel	630	Azul, Ánimas, Alto de Varas (Alto Varal), Guayabo (parte), Jesús María, La Isabel, San Martín.
Chirripó	1115	Carolina, Chirripó Abajo (parte), Chirripó Arriba, Damaris, Fortuna, Jekui, Moravia, Namaldí, Pacuare Arriba, Paso Marcos, Tsipiri (Platanillo), Playa Hermosa, Porvenir, Raíz de Hule, Río Blanco, Santubal, Surí, Vereh, Quetzal. Barbilla, Bonilla, Carrillo, Cuericí, Chirripó, Dúrika, Istarú, Matama, Pejibaye, Tucurrique.

*Metros sobre el nivel del mar

Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2015.

Perfil demográfico

En la Figura 8, que se presenta a continuación, es posible observar la población total del cantón de Turrialba por grupos de edad según sexo. Uno de los datos más destacables que esta gráfica refleja es que para el año 2011 la mayoría de la población turrialbeña se encuentra entre los 10 y los 65 años de edad, por lo que una gran parte de los turrialbeños se ubica dentro de la población económicamente activa.

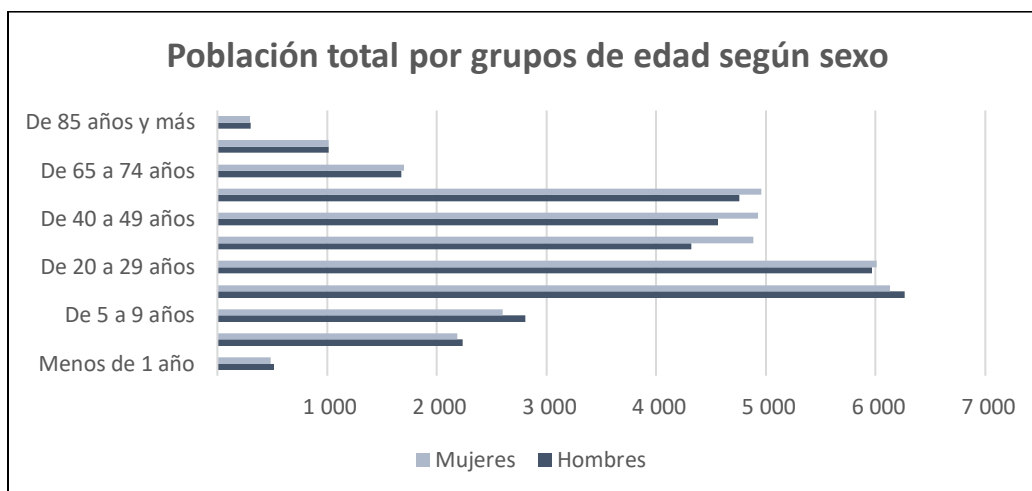


Figura 31. Población total del cantón de Turrialba por grupos de edad según sexo.

Fuente: Elaboración del autor con datos del INEC. Censo 2011.

De acuerdo con la información contenida en el Perfil Cantonal de Turrialba (2015), en donde se hace una comparación entre los censos 2000 y 2011 elaborados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la población de Turrialba aumentó en 1,106 habitantes desde el año 2000 al 2011, lo cual equivale a un 0.1% de variación entre estos periodos. Un dato que muestra una variación significativa es el porcentaje de población urbana el cual aumentó 18% en 10 años. Por lo tanto, se evidencia, por un lado, el efecto de urbanización que ha impactado a zonas rurales en todo el país durante los últimos años, y por otro, el comportamiento migratorio que ha tenido la población hacia centros urbanos con mayor acceso a servicios y comercios, donde se concentra la mayor cantidad de personas.

Cuadro 23. Características demográficas del cantón de Turrialba.

Características	2000	2011
Población total	68,510	69,616
Superficie (km ²)	1,642.7	1,642.7
Densidad de población por km ²	42	42
Porcentaje de población urbana	39.2	57.2

Fuente: Adaptación de Municipalidad de Turrialba, 2015.

De acuerdo con datos del INEC, para el año 2011 la población total de Turrialba era de 69,616 habitantes. En el cuadro 6 es posible identificar que el distrito de Turrialba es el que tiene la mayoría de la población del cantón, con 26,680 habitantes y una densidad de población de 470.5 hab/km², la mayor del cantón.

Cuadro 24. Densidad de población por distrito del cantón de Turrialba.

Distrito	Población total	Densidad de población (hab/km²)
Turrialba	26,680	470.5
La Suiza	7,590	47.5
Peralta	511	51.9
Santa Cruz	3,208	25.2
Santa Teresita	4,744	89.7
Pavones	4,331	105.8
Tuis	2,837	75.5
Tayutic	2,374	21.3
Santa Rosa	5,232	230.9
Tres Equis	1,808	49
La Isabel	6,116	305.6
Chirripó	4,185	4.3
TOTAL	69,616	42.4

Fuente: Elaboración del autor con datos del INEC. Censo 2011.

También es posible observar que el distrito con menos población es Peralta con apenas 511 habitantes. Destaca también el distrito de Chirripó, que es el que cuenta con menos densidad de población, apenas 4.3 hab/km², factor que se atribuye a su gran extensión territorial, que es aproximadamente el 59% del territorio del cantón de Turrialba, como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 25. Extensión de los distritos del cantón de Turrialba.

Distrito	Área en km²	Valor relativo (%)
Turrialba	56.70	3.45%
La Suiza	159.80	9.73%
Peralta	9.85	0.60%
Santa Cruz	127.40	7.76%
Santa Teresita	52.87	3.22%
Pavones	40.94	2.49%
Tuis	37.56	2.29%
Tayutic	111.41	6.78%
Santa Rosa	22.66	1.38%
Tres Equis	36.93	2.25%
La Isabel	20.01	1.22%
Chirripó	966.54	58.84%
Total, cantón	1,6642.67	100%

Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2015.

Perfil económico

Según Cedeño y Aguilar, como se cita en el Perfil Cantonal de Turrialba (2015), este catón sufrió una serie de cambios que a la postre afectaron el crecimiento económico de la población turrialbeña y debido a esto el cantón se ubica actualmente en las posiciones menos favorecidas de los indicadores de desarrollo.

“En la década de los años ochenta, producto del cierre del ferrocarril que comunicaba la capital San José con puerto Limón, un conjunto de crisis en el sector agropecuario que disminuyeron la producción de caña que obligaron al cierre de operaciones de varios ingenios azucareros y la crisis cafetalera en la época de los años noventa, aunado a una corriente de políticas que afectaron negativamente la producción agropecuaria del país e incidieron directamente con la oferta laboral, condujeron a que el cantón de Turrialba experimentara un crecimiento económico muy lento.” (Municipalidad de Turrialba, 2015).

Para el año 2011, de acuerdo con los resultados del censo de ese año realizado por el INEC, el cantón de Turrialba contaba con una población de personas de 15 años y más de 52,690 habitantes, una tasa neta de participación de 47.5%, una tasa de ocupación de 46.1% y una tasa de desempleo abierto de 3%. Mientras que el porcentaje de población económicamente inactiva era de 52.5% y una relación de dependencia económica de 1.8%.

Con respecto al porcentaje de población ocupada, los datos para el cantón de Turrialba reflejan que para el año 2011 la distribución por sectores corresponde a:

Cuadro 26. Porcentaje de población ocupada por sector productivo en el cantón de Turrialba.

Distrito	Sector primario	Sector secundario	Sector terciario
Turrialba	8.6	15.6	75.8
La Suiza	23.4	15.9	60.6
Peralta	57.6	16.3	26.2
Santa Cruz	36.8	28.4	34.8
Santa Teresita	45.5	17.9	36.6
Pavones	31.8	15.1	53.1
Tuis	33.5	18.0	48.5
Tayutic	37.4	19.5	43.1
Santa Rosa	15.8	18.1	66.1
Tres Equis	56.2	8.8	35.0
La Isabel	12.0	22.1	65.9
Chirripó	71.4	6.8	21.8
TOTAL	430.1	202.5	567.4

Fuente: Elaboración del autor con datos del INEC. Censo 2011.

Es importante destacar que, basándose en estos datos, la mayoría de la población de Turrialba se dedica al sector de servicios, seguido por la producción agropecuaria, y en un tercer lugar se encuentran las labores relacionadas a la industria, que tienen la particularidad de ser menos del 50% de las labores de los sectores primario y terciario.

En la Figura 9, que se presenta a continuación, también es posible observar cómo han venido evolucionando los sectores de la economía a través del tiempo, tomando en cuenta datos de los censos realizados por el INEC en los años 1984, 2000 y 2011. Es posible observar que el sector primario ha venido presentando un decrecimiento sostenido, mientras que el sector terciario, o de servicios, ha presentado un franco crecimiento a través de los años. El sector secundario por su parte no presenta una variación tan significativa, aunque si refleja que no es un sector tan fuerte como los otros dos sectores económicos.

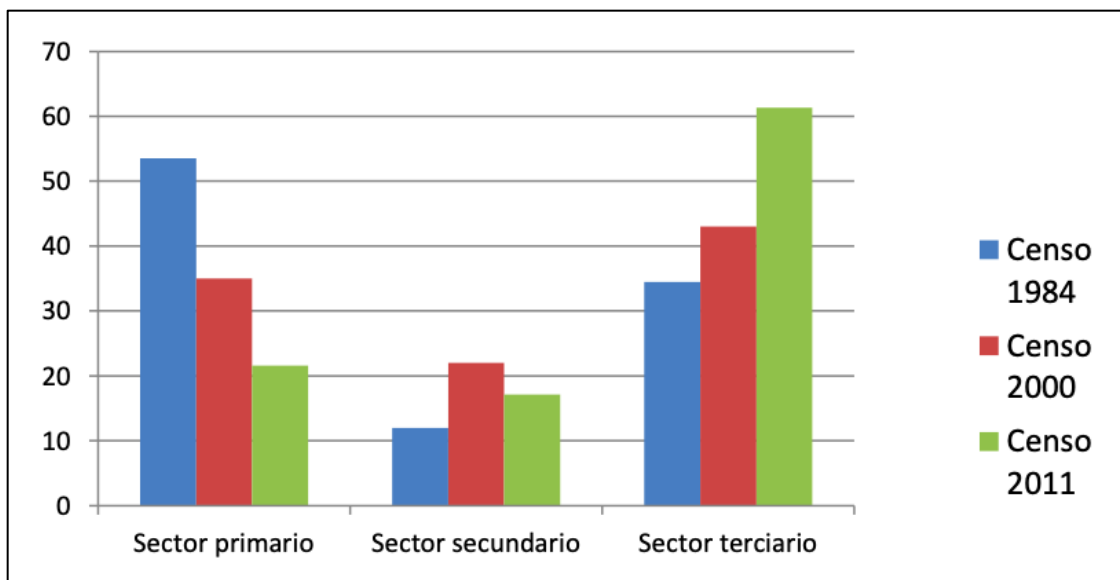


Figura 32. Porcentaje histórico de población ocupada por sectores económicos en Turrialba.

Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2015.

Perfil social

De acuerdo con datos del censo 2011 del INEC, el cantón de Turrialba cuenta con un porcentaje de alfabetismo del 96.1%, el cual se desglosa de la siguiente manera entre hombres y mujeres mayores de 10 años de edad.

Cuadro 27. Alfabetismo en población de más de 10 años en Turrialba.

Población	Alfabeta	Analfabeta	TOTAL
Hombres	27,779	1,076	28,855
Mujeres	28,689	1,240	29,929
TOTAL	56,468	2,316	58,784

Fuente: Elaboración del autor con datos del INEC. Censo 2011.

Es importante destacar que a pesar de que el cantón de Turrialba muestra un alto porcentaje de alfabetización, 96.1%, la media nacional es de 97.6%, lo que demuestra que existe un rezago en cuanto a alfabetización o educación en el cantón. Con respecto a infraestructura educativa, es importante destacar que, según la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), como se menciona en el Perfil Cantonal de Turrialba (2015), este cantón cuenta con un total de 79 kínder, 137 escuelas y 17 colegios. De acuerdo con Vega, como se citó en Jiménez et al. (2015), el analfabetismo en el territorio indígena Cabécar es en promedio del 50%.

En cuanto a características de las viviendas y la prestación de servicios básicos (abastecimiento de agua de acueducto, servicio sanitario conectado a alcantarillado sanitario o a tanque séptico y electricidad) en el cantón de Turrialba:

“Los datos que arroja el INEC en el último censo nacional indican que Turrialba cuenta con cifras inferiores a la media nacional en la prestación de los tres servicios señalados en el siguiente cuadro, evidenciando que el abastecimiento de agua de acueducto es el que se ve superado en 1,5% por

el porcentaje nacional, a pesar que la provincia de Cartago muestra una mejoría significativa en este servicio.

Cabe resaltar, que, a nivel provincial, Cartago se encuentra por encima de todos los datos citados en comparación con la media nacional. Sin embargo, el cantón de Turrialba se ve afectado en la ponderación de estas estadísticas principalmente por la particularidad de las características del distrito de Chirripó, como se observa existe una diferencia negativa muy significativa con respecto a los demás distritos.” (Municipalidad de Turrialba, 2015).

De acuerdo con datos del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE), como se citó en Jiménez et al. (2015), la población indígena Cabécar de Chirripó cuenta con limitado acceso a los servicios en general por lo cual presenta el más bajo índice de desarrollo del cantón.

Cuadro 28. Promedio de ocupantes por vivienda individual ocupada y prestación de servicios básicos.

País, provincia, cantón y distrito	Total de viviendas individuales ocupadas	Promedio de ocupantes por vivienda	Porcentaje de viviendas individuales ocupadas		
			Con abastecimiento de agua de acueducto	Con servicio sanitario conectado a alcantarillado sanitario o a tanque séptico	Con electricidad
Costa Rica	1,211,964	3.5	93.1	95.6	98.9
Cartago	130,464	3.7	97.0	97.6	99.4
Turrialba	20,453	3.4	91.6	94.7	97.2
Turrialba	8,196	3.2	98.2	97.5	99.8
La Suiza	2,232	3.4	94.8	98.3	99.6
Peralta	154	3.3	84.4	96.8	98.7
Santa Cruz	951	3.4	72.9	98.7	98.8
Santa Teresita	1,453	3.3	91.9	97.5	99.4

Pavones	1,256	3.4	94.4	95.1	98.8
Tuis	867	3.3	89.2	97.6	98.8
Tayutic	689	3.4	85.1	95.8	97.7
Santa Rosa	1,582	3.3	98.4	99.6	99.8
Tres Equis	540	3.3	94.1	95.4	99.1
La Isabel	1,752	3.5	94.4	99.1	99.7
Chirripó	781	5.4	19.2	18.6	39.2

Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2015.

En cuanto a la condición de aseguramiento, “el 87,4% de la población Turrialbeña cuenta con algún tipo de seguro social. La condición de trabajador asalariado corresponde al 21%, el seguro por cuenta propia, voluntario o por convenio equivale al 9%, las personas que reciben seguro por medio del régimen no contributivo al 2,5% y los pensionados(as) al 6,5%. De acuerdo a estas cifras, la población asegurada directa constituye el 39,2%.” (Municipalidad de Turrialba, 2015).

Anexo V. Resultados del diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba

Atractivos Turísticos

- Áreas protegidas y de interés especial

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba			
Apartado:				
Atractivos turísticos				
Tema:				
Áreas protegidas y de interés especial				
Subtema:				
Áreas Silvestres Protegidas				
Descripción:				
En cuanto a sitios naturales, que conforman el subtema de Áreas Silvestres Protegidas, se toman en cuenta atractivos turísticos ubicados en los territorios de los cantones de Turrialba y Jiménez, que colinda en gran parte con Turrialba, como se muestra a continuación:				
Información complementaria:				
Área protegida	Acceso	Tipo de propiedad		Ubicación según cantón
		Público	Privada	
Parque Nacional Volcán Turrialba	Por Turrialba	X		Turrialba
Parque Nacional Barbilla	Por Turrialba y Siquirres	X		Turrialba
Parque Nacional Tapantí – Macizo de la Muerte	Por Paraíso de Cartago y Turrialba	X		Turrialba/Jiménez
Parque Nacional Chirripó	Por Pérez Zeledón	X		Turrialba
Monumento Nacional Guayabo	Por Turrialba	X		Turrialba
Reserva Biológica Espino Blanco	Por Turrialba		X	Turrialba
Refugio de Vida Silvestre La Marta	Por Jiménez y Turrialba		X	Jiménez
Reserva Forestal Cordillera Volcánica Central	Por Turrialba	X		Turrialba

Reserva Forestal Río Macho	Por Paraíso de Cartago	X		Turrialba/Jiménez
Reserva Forestal Río Pacuare	Por Siquirres	X		Turrialba
Zona de Protección Cuenca Río Tuis	Por Turrialba	X		Turrialba
Corredor Biológico Volcánica Central Talamanca	Por Turrialba	X		Turrialba
Territorio Indígena Chirripó Cabécar	Por Turrialba	X		Turrialba

Fuente: Adaptación de Municipalidad de Turrialba, 2019.

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba																														
Apartado:																															
Atractivos turísticos																															
Tema:																															
Áreas protegidas y de interés especial																															
Subtema:																															
Sitios Naturales																															
Descripción:																															
Es importante destacar que dentro de esta categoría de sitios naturales existen otros atractivos turísticos que no se encuentran bajo algún régimen de protección ambiental, por lo que no son considerados en el cuadro anterior, pero que siguen siendo atractivos significativos dentro del cantón de Turrialba. Esos atractivos de aventura y diversión se clasifican de la siguiente manera:																															
Información complementaria:																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Sitio Natural</th> <th>Ubicación según cantón</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Ríos (rafting)</td> <td>Río Pacuare</td> <td>Turrialba</td> </tr> <tr> <td>Río Pejibaye</td> <td>Jiménez</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Cataratas*</td> <td>Catarata de Aquiares</td> <td>Turrialba</td> </tr> <tr> <td>Catarata La Muralla</td> <td>Turrialba</td> </tr> <tr> <td>Catarata Las Trillizas</td> <td>Turrialba</td> </tr> <tr> <td>Flora y Fauna</td> <td>Jardín Botánico del CATIE</td> <td>Turrialba</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">Actividades de Aventura</td> <td>Canyoning (Barranquismo)</td> <td>Turrialba</td> </tr> <tr> <td>Canopy (Tirolesa)</td> <td>Turrialba</td> </tr> <tr> <td>Ciclismo de montaña</td> <td>Turrialba</td> </tr> <tr> <td>Cabalgatas</td> <td>Turrialba</td> </tr> <tr> <td>Caminatas</td> <td>Turrialba</td> </tr> </tbody> </table>			Categoría	Sitio Natural	Ubicación según cantón	Ríos (rafting)	Río Pacuare	Turrialba	Río Pejibaye	Jiménez	Cataratas*	Catarata de Aquiares	Turrialba	Catarata La Muralla	Turrialba	Catarata Las Trillizas	Turrialba	Flora y Fauna	Jardín Botánico del CATIE	Turrialba	Actividades de Aventura	Canyoning (Barranquismo)	Turrialba	Canopy (Tirolesa)	Turrialba	Ciclismo de montaña	Turrialba	Cabalgatas	Turrialba	Caminatas	Turrialba
Categoría	Sitio Natural	Ubicación según cantón																													
Ríos (rafting)	Río Pacuare	Turrialba																													
	Río Pejibaye	Jiménez																													
Cataratas*	Catarata de Aquiares	Turrialba																													
	Catarata La Muralla	Turrialba																													
	Catarata Las Trillizas	Turrialba																													
Flora y Fauna	Jardín Botánico del CATIE	Turrialba																													
Actividades de Aventura	Canyoning (Barranquismo)	Turrialba																													
	Canopy (Tirolesa)	Turrialba																													
	Ciclismo de montaña	Turrialba																													
	Cabalgatas	Turrialba																													
	Caminatas	Turrialba																													
* El acceso a estas tres cataratas es a través de fincas privadas. Las tres cuentan con otros desarrollos turísticos cercanos.																															
Fuente: Adaptación de Municipalidad de Turrialba, 2019.																															

- Museos y manifestaciones culturales

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba	
Apartado:		
Atractivos turísticos		
Tema:		
Museos y manifestaciones culturales		
Subtema:		
N/A*		
Descripción:		
<p>En el cantón de Turrialba solamente existe un único museo, el Museo Regional Omar Salazar Obando, el cual queda ubicado dentro de las instalaciones de la Sede del Atlántico de la Universidad de Costa Rica en el distrito central de Turrialba. Además, fue posible identificar otros seis sitios históricos de gran significado para el cantón Turrialbeño, que se mencionan a continuación:</p>		
Información complementaria:		
Sitio Histórico	Ubicación según distrito	Relevancia histórica
Escuela Jenaro Bonilla Aguilar	Turrialba	Fue construida en 1908 y declarada patrimonio histórico y arquitectónico el 11 de enero de 2003. Representa una tipología arquitectónica educativa y un aspecto fundamental urbano.
Antigua Estación del Ferrocarril al Atlántico	Turrialba	Fue construida en 1980 y declarada patrimonio histórico y arquitectónico en 1994. La misma aceleró y consolidó el poblamiento de la zona y el comercio.
La Casona del Centro Universitario del Atlántico	Turrialba	El Museo Regional Omar Salazar Obando fue creado el 10 de noviembre de 1995. Rescata las raíces indígenas del cantón, la exhibición arqueológica y colección de figuras de cerámica y líticas.
Caserío Histórico de Colorado	Turrialba	Es uno de los entes más importantes debido a que en el mismo se construyó la primera iglesia del cantón y es la sede

		del inicio colonial que dio paso al desarrollo.
Templo Católico San José	Santa Rosa	Fue construido en 1930 en la finca cafetalera del señor Stanley Lindo, con elementos artísticos de estilo inglés. Declarado patrimonio el 3 de setiembre de 1997.
Escuela de Santa Cruz	Santa Cruz	Se construyó en 1938 con una arquitectura metálica rural de inicios del siglo XX. Declarado patrimonio el 29 de abril de 2004. Y se caracteriza por ser el primer y único centro educativo.
Templo Católico de La Pastora	Santa Cruz	Se construyó en 1880 y fue declarado patrimonio histórico y arquitectónico el 29 de abril de 2004. Perteneciente a la parroquia de Juan Viñas hasta 1950 y luego a la parroquia de Turrialba.
Fuente: Adaptación de Municipalidad de Turrialba, 2019.		

*N/A: no aplica.

- Acontecimientos programados

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba																			
Apartado:																				
Atractivos turísticos																				
Tema:																				
Acontecimientos programados																				
Subtema:																				
N/A*																				
Descripción:																				
A continuación, se presentan los acontecimientos programados que se realizan en el cantón de Turrialba y sus alrededores, se destacan los festivales o ferias que promueven las diversas actividades productivas que se desarrollan en el cantón y que cuentan con mayor visitación por parte del público en general.																				
Información complementaria:																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Acontecimiento programado</th> <th>Ubicación según distrito</th> <th>Objetivo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Feria Nacional del Café</td> <td>Santa Rosa</td> <td>Promueve la gastronomía a base de café y productos tradicionales de la zona.</td> </tr> <tr> <td>Feria Internacional del CATIE</td> <td>Turrialba</td> <td>Reúne la cultura y gastronomía de diversos países en un mismo lugar.</td> </tr> <tr> <td>Festival de Turismo Turrialba</td> <td>Turrialba</td> <td>Impulsa los atractivos turísticos, gastronomía y productos artesanales de la zona.</td> </tr> <tr> <td>Feria Nacional del Pejibaye</td> <td>Tucurrique</td> <td>Promueve el consumo del pejibaye y derivados originarios de Tucurrique. Rescata valores y tradiciones culturales.</td> </tr> <tr> <td>Expo Feria del Queso</td> <td>Turrialba</td> <td>Promociona el famoso Queso Turrialba por ASOPROFOLAC y los productos derivados de la leche.</td> </tr> </tbody> </table>			Acontecimiento programado	Ubicación según distrito	Objetivo	Feria Nacional del Café	Santa Rosa	Promueve la gastronomía a base de café y productos tradicionales de la zona.	Feria Internacional del CATIE	Turrialba	Reúne la cultura y gastronomía de diversos países en un mismo lugar.	Festival de Turismo Turrialba	Turrialba	Impulsa los atractivos turísticos, gastronomía y productos artesanales de la zona.	Feria Nacional del Pejibaye	Tucurrique	Promueve el consumo del pejibaye y derivados originarios de Tucurrique. Rescata valores y tradiciones culturales.	Expo Feria del Queso	Turrialba	Promociona el famoso Queso Turrialba por ASOPROFOLAC y los productos derivados de la leche.
Acontecimiento programado	Ubicación según distrito	Objetivo																		
Feria Nacional del Café	Santa Rosa	Promueve la gastronomía a base de café y productos tradicionales de la zona.																		
Feria Internacional del CATIE	Turrialba	Reúne la cultura y gastronomía de diversos países en un mismo lugar.																		
Festival de Turismo Turrialba	Turrialba	Impulsa los atractivos turísticos, gastronomía y productos artesanales de la zona.																		
Feria Nacional del Pejibaye	Tucurrique	Promueve el consumo del pejibaye y derivados originarios de Tucurrique. Rescata valores y tradiciones culturales.																		
Expo Feria del Queso	Turrialba	Promociona el famoso Queso Turrialba por ASOPROFOLAC y los productos derivados de la leche.																		
Fuente: Adaptación de Municipalidad de Turrialba, 2019.																				

*N/A: no aplica.

- Actividades temáticas

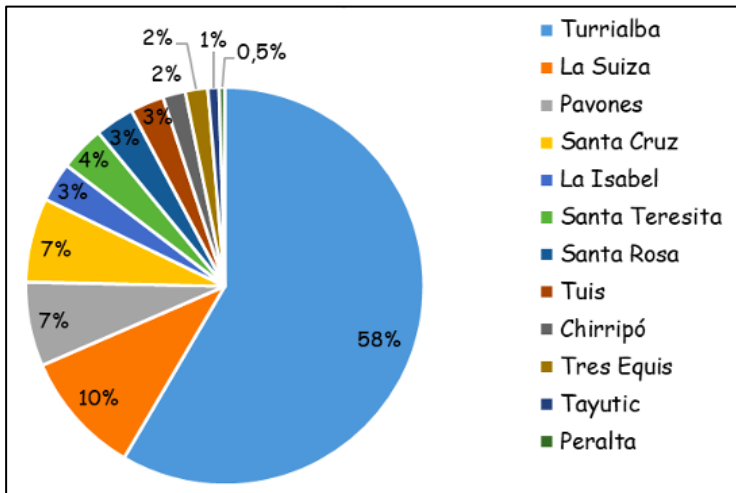
RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba													
Apartado:														
Atractivos turísticos														
Tema:														
Actividades temáticas														
Subtema:														
Experiencias vivenciales														
Descripción:														
<p>De acuerdo con la Municipalidad de Turrialba (2019), en el año 2018 en el territorio Turrialba – Jiménez se lanzó el Catálogo de Emprendimientos con Experiencias Vivenciales, el cual surge como producto del Movimiento OVOP (Un pueblo, un producto por sus siglas en Inglés). Estas actividades corresponden específicamente a la metodología D-Hope, que consiste en promover emprendimientos con productos o servicios con identidad de la zona rural, los cuales aporten al desarrollo económico y social. De esta forma, se promueve la generación de productos con valor agregado, aprovechando los recursos de la comunidad y que se caracterizan por ser autóctonos.</p> <p>En el siguiente cuadro se muestran los 37 programas con experiencias vivenciales, con su respectivo representante, ubicación y contacto. Estos se encuentran dentro de las áreas de turismo rural comunitario, gastronomía local, artesanía, agroindustria, actividades agropecuarias, la observación de flora y fauna y la conservación de recursos naturales, entre otros.</p>														
Información complementaria:														
<table border="1"> <tbody> <tr> <td> Alicia Artesanía Tres Equis, Turrialba Tel: (506) 86817701 jacasitaartesania@gmail.com Alicia Rodríguez Martínez </td> <td> Finca Las Abras Santa Cruz, Turrialba Tel: (506) 88298767 Freddy Martín Solano Vargas </td> <td> Morpho La Suiza, Turrialba Tel: (506) 25517482 hogardemariposas@gmail.com Karen García Fuentes </td> </tr> <tr> <td> Artesanías con identidad Distrito Turrialba Tel: (506) 84538515 Marielos Salazar Cabezas </td> <td> Finca Los Campos Santa Cruz, Turrialba Tel: (506) 85632348 quesovalleazul@gmail.com Didier Quesada Brenes </td> <td> Grupo Naturalba Pavones, Turrialba Tel: (506) 83134710 info@naturalba.net Marie Bell Beuchet </td> </tr> <tr> <td> Jardín Botánico CATIE Distrito Turrialba Tel: (506) 83883487 jardinbotanico@catie.ac.cr José Coto Cordero </td> <td> Finca Los Helechos Pavones, Turrialba Tel: (506) 87045547 flory08@gmail.com Flory Cerdas Calderón </td> <td> Productos La Niña Yin Pavones, Turrialba Tel: (506) 85291713 llaraya64@gmail.com Lidieth Loaiza Araya </td> </tr> <tr> <td> Proyecto los Chamanes de Guayabo Santa Teresita, Turrialba </td> <td> Finca Los Laureles CR Tres Equis, Turrialba </td> <td> ACE Turismo Mollejones, Agrícola, Cultural y Ecológico </td> </tr> </tbody> </table>			Alicia Artesanía Tres Equis, Turrialba Tel: (506) 86817701 jacasitaartesania@gmail.com Alicia Rodríguez Martínez	Finca Las Abras Santa Cruz, Turrialba Tel: (506) 88298767 Freddy Martín Solano Vargas	Morpho La Suiza, Turrialba Tel: (506) 25517482 hogardemariposas@gmail.com Karen García Fuentes	Artesanías con identidad Distrito Turrialba Tel: (506) 84538515 Marielos Salazar Cabezas	Finca Los Campos Santa Cruz, Turrialba Tel: (506) 85632348 quesovalleazul@gmail.com Didier Quesada Brenes	Grupo Naturalba Pavones, Turrialba Tel: (506) 83134710 info@naturalba.net Marie Bell Beuchet	Jardín Botánico CATIE Distrito Turrialba Tel: (506) 83883487 jardinbotanico@catie.ac.cr José Coto Cordero	Finca Los Helechos Pavones, Turrialba Tel: (506) 87045547 flory08@gmail.com Flory Cerdas Calderón	Productos La Niña Yin Pavones, Turrialba Tel: (506) 85291713 llaraya64@gmail.com Lidieth Loaiza Araya	Proyecto los Chamanes de Guayabo Santa Teresita, Turrialba	Finca Los Laureles CR Tres Equis, Turrialba	ACE Turismo Mollejones, Agrícola, Cultural y Ecológico
Alicia Artesanía Tres Equis, Turrialba Tel: (506) 86817701 jacasitaartesania@gmail.com Alicia Rodríguez Martínez	Finca Las Abras Santa Cruz, Turrialba Tel: (506) 88298767 Freddy Martín Solano Vargas	Morpho La Suiza, Turrialba Tel: (506) 25517482 hogardemariposas@gmail.com Karen García Fuentes												
Artesanías con identidad Distrito Turrialba Tel: (506) 84538515 Marielos Salazar Cabezas	Finca Los Campos Santa Cruz, Turrialba Tel: (506) 85632348 quesovalleazul@gmail.com Didier Quesada Brenes	Grupo Naturalba Pavones, Turrialba Tel: (506) 83134710 info@naturalba.net Marie Bell Beuchet												
Jardín Botánico CATIE Distrito Turrialba Tel: (506) 83883487 jardinbotanico@catie.ac.cr José Coto Cordero	Finca Los Helechos Pavones, Turrialba Tel: (506) 87045547 flory08@gmail.com Flory Cerdas Calderón	Productos La Niña Yin Pavones, Turrialba Tel: (506) 85291713 llaraya64@gmail.com Lidieth Loaiza Araya												
Proyecto los Chamanes de Guayabo Santa Teresita, Turrialba	Finca Los Laureles CR Tres Equis, Turrialba	ACE Turismo Mollejones, Agrícola, Cultural y Ecológico												

<p>Tel: (506) 84694094 chamanesguayabo@gmail.com María Auxiliadora Aguilar</p>	<p>Tel: (506) 86849105 gcinternacional@hotmail.com Heilenia Ovaes Fernández</p>	<p>La Suiza, Turrialba Tel: (506) 25315158 Minor Ramírez Núñez y Esmeralda Calderón Ramírez</p>
<p>Chiles Mery Tres Equis, Turrialba Tel: (506) 61379499 jsalmeron10de12@gmail.com Luz María Ramírez Mora</p>	<p>Finca Vialig Pacayitas, Turrialba Tel: (506) 88175330 fincavialigpacayitas@gmail.com Yosette Araya Jiménez</p>	<p>Finca Orgánica La Laguna La Isabel, Turrialba Tel: (506) 83470109 jaimosalazarsanchez@gmail.com Jiame Salazar Sánchez</p>
<p>Finca Dulce Doña Tanita Tres Equis, Turrialba Tel: (506) 60360237 aproanet@gmail.com José Ángel Fuentes y Flory de Fuentes</p>	<p>Hacienda RC La Suiza, Turrialba Tel: (506) 84140439 Heriberto Ramírez Núñez y Maritza Calderón</p>	<p>Pan Arte Tradicional El Sabor de mi Gente La Suiza, Turrialba Tel: (506) 85441147 agroecomollejones@gmail.com Laura Vargas Calderón</p>
<p>Bambú Chino Vital Distrito Turrialba Tel: (506) 83476680 rodriguez.aguilar@gmail.com Felicia Rodríguez Aguilar</p>	<p>La Cosecha del Abuelo Santa Teresita, Turrialba Tel: (506) 89554759 Martia Montoya</p>	<p>Turricafé Tayutic, Turrialba Tel: (506) 84745609 turricafe@gmail.com Antonio Núñez Ureña</p>
<p>Ugrosanta, Rural Tours Santa Cruz, Turrialba Tel: (506) 72421787 ugrosanta05@gmail.com Mariam Corrales Castro</p>	<p>Finca Don Pito La Suiza, Turrialba Tel: (506) 85497391 agroecomollejones@gmail.com Pedro Calderón Brenes</p>	<p>Finca Los Mayelitas Tucurrique, Jiménez Tel: (506) 84083653 María Mayela Serrano Martínez</p>
<p>Agro-Ecoturismo Yhamore Santa Teresita, Turrialba Tel: (506) 83093452 agroyhamore@gmail.com Rosa Fernández Coto</p>	<p>Finca la Bonita Santa Teresita, Turrialba Tel: (506) 83070909 Erick Montero Vargas</p>	<p>Don Fer Tucurrique, Jiménez Tel: (506) 83753196 Fernando Ramírez Marín</p>
<p>Finca Escuela Pilarica Guayabo Santa Teresita, Turrialba Tel: (506) 78720430 fincalapilaricaguayabo@gmail.com José Miguel García Serrano</p>	<p>Finca Gudikaho Pejibaye, Jiménez Tel: (506) 89263702 fincagudikaho@gmail.com Rosa Céspedes Martínez</p>	<p>Artesanías Pilar Pejibaye, Jiménez Tel: (506) 85444053 covapila@yahoo.com Pilar Coto Vargas</p>
<p>Asociación de guías U-SURE de Desarrollo Ecoturístico de Guayabo Santa Teresita, Turrialba Tel: (506) 85341063 reservaciones@usurecr.org Alejandro Calderón Aguilar</p>	<p>Proyecto Agropecuario Finca Antigua Distrito Turrialba Tel: (506) 83705665 jcabecar@yahoo.com Jorge Avendaño Rodríguez</p>	<p>Café Viñas Juan Viñas, Jiménez Tel: (506) 88087798 gtvov@yahoo.com Gustavo Vargas Córdoba</p>
<p>Finca la Realeza Pejibaye, Jiménez Tel: (506) 25312862 beli286@hotmail.com Enrique Vargas Sánchez</p>	<p>Taller, Pinturas en Piedras Pejibaye, Jiménez Tel: (506) 84448685 kattygon14@gmail.com Katty González Salas</p>	<p>Microbeneficio Gamboa Pejibaye, Jiménez Tel: (506) 86623283 Ramiro Gamboa</p>
	<p>Tejidos Gaby Pejibaye, Jiménez Tel: (506) 86442830 Claudia Aguilar Montenegro</p>	

Fuente: Adaptación de Municipalidad de Turrialba, 2019.

Planta Turística

- Restaurantes y similares

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba																										
Apartado:																											
Planta Turística de Turrialba																											
Tema:																											
Restaurantes y similares																											
Subtema:																											
N/A*																											
Descripción:																											
De acuerdo con la Municipalidad de Turrialba (2019), se identificaron 221 negocios en la categoría de restaurantes y similares, de los cuales la mayor proporción, alrededor del 58%, se encuentran en el distrito de Turrialba, seguido del 10% en La Suiza. En lo que respecta a las características de los mismos, se encuentran bares y restaurantes, pizzerías, cafeterías, venta de comidas rápidas, sodas en general, restaurantes y demás.																											
Información complementaria:																											
 <table border="1"> <caption>Distribución de restaurantes y similares por distrito</caption> <thead> <tr> <th>Distrito</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Turrialba</td> <td>58%</td> </tr> <tr> <td>La Suiza</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Pavones</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Santa Cruz</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>La Isabel</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Santa Teresita</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Santa Rosa</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Tuis</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Chirripó</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Tres Equis</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Tayutic</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Peralta</td> <td>0,5%</td> </tr> </tbody> </table>		Distrito	Porcentaje	Turrialba	58%	La Suiza	10%	Pavones	7%	Santa Cruz	7%	La Isabel	3%	Santa Teresita	4%	Santa Rosa	3%	Tuis	3%	Chirripó	2%	Tres Equis	2%	Tayutic	1%	Peralta	0,5%
Distrito	Porcentaje																										
Turrialba	58%																										
La Suiza	10%																										
Pavones	7%																										
Santa Cruz	7%																										
La Isabel	3%																										
Santa Teresita	4%																										
Santa Rosa	3%																										
Tuis	3%																										
Chirripó	2%																										
Tres Equis	2%																										
Tayutic	1%																										
Peralta	0,5%																										
Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2019.																											

*N/A: no aplica

- Alojamiento

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba																				
Apartado:																					
	Planta Turística de Turrialba																				
Tema:																					
	Alojamiento																				
Subtema:																					
	N/A*																				
Descripción:																					
	Con respecto a esta categoría “la cantidad de empresas de hospedaje registradas en patentes son 39. De las cuales el 50% se encuentran en el distrito central, seguido de un 11% en Santa Rosa. Dentro de esta categoría se encuentran negocios con alojamiento de una noche principalmente en el distrito de Turrialba, cabinas y demás hoteles que brindan diversos servicios (alojamiento, restaurante, piscina, tours, etc.) e intentan captar la riqueza y el paisajismo del cantón de Turrialba.” (Municipalidad de Turrialba, 2019).																				
Información complementaria:																					
	<table border="1"> <caption>Distribución de empresas de hospedaje registradas por distrito</caption> <thead> <tr> <th>Distrito</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Turrialba</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Santa Rosa</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Pavones</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Santa Cruz</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>La Suiza</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Santa Teresita</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Tres Equis</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Chirripó</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Tuis</td> <td>3%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2019.</p>	Distrito	Porcentaje	Turrialba	50%	Santa Rosa	11%	Pavones	8%	Santa Cruz	8%	La Suiza	8%	Santa Teresita	5%	Tres Equis	5%	Chirripó	3%	Tuis	3%
Distrito	Porcentaje																				
Turrialba	50%																				
Santa Rosa	11%																				
Pavones	8%																				
Santa Cruz	8%																				
La Suiza	8%																				
Santa Teresita	5%																				
Tres Equis	5%																				
Chirripó	3%																				
Tuis	3%																				

*N/A: no aplica

- Agencias de viaje

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba								
Apartado:									
	Planta Turística de Turrialba								
Tema:									
	Agencias de viajes								
Subtema:									
	N/A*								
Descripción:									
	La Municipalidad de Turrialba (2019) identificó 7 agencias de viajes, de las cuales 5 se encuentran en el distrito de Turrialba, a saber: Viajes Tropicales Locos, Agencia de Viajes Explore Turrialba, Tyckle de Turrialba, Amazing Vacations Costa Rica S.A. y Costa Rica Explorations & Escape. Además, se encuentran Travesías Naturales en La Suiza y Zauca Pristine Journeys en Tuis.								
Información complementaria:									
	<p>A pie chart illustrating the distribution of travel agencies. The chart is divided into three segments: a large green segment representing Turrialba at 71%, an orange segment representing La suiza at 14%, and a yellow segment representing Tuis at 14%. A legend below the chart identifies the colors: orange for La suiza, yellow for Tuis, and green for Turrialba.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Localidad</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Turrialba</td> <td>71%</td> </tr> <tr> <td>La suiza</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Tuis</td> <td>14%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2019.</p>	Localidad	Porcentaje	Turrialba	71%	La suiza	14%	Tuis	14%
Localidad	Porcentaje								
Turrialba	71%								
La suiza	14%								
Tuis	14%								

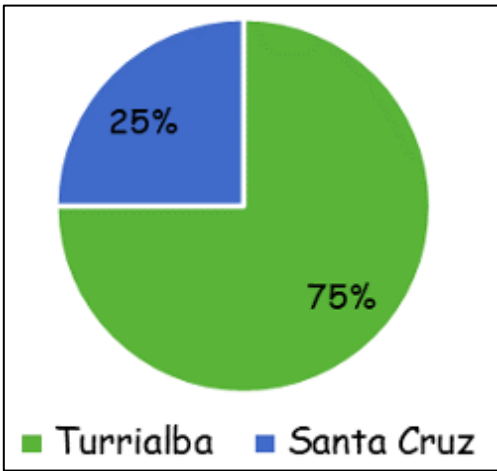
*N/A: no aplica

- Tour operadores

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba												
Apartado:													
	Planta Turística de Turrialba												
Tema:													
	Tour operadores												
Subtema:													
	N/A*												
Descripción:													
	De acuerdo con los datos del Departamento de Patentes de la Municipalidad de Turrialba (2019), “se registran 12 tour operadores, de los cuales los siguientes 7 se encuentran en el distrito de Turrialba (58% aproximadamente): Jardín Botánico CATIE, Adrenalina Tour Operadora, Turismo Aventura, Spanish By the River S.A, Parapente Turrialba, Adrenalina Rafting y CR Kayak School. Además, se encuentran: Turismo Cafetalera Aquiares y Río Tico Aventuras, ambas de Santa Rosa (representan el 17%); Trinidad de Volcanes en Santa Cruz, Guía Turística en Santa Teresita y Hacienda Tayutic en Pavones.												
Información complementaria:													
	<table border="1"> <caption>Distribución de tour operadores por distrito</caption> <thead> <tr> <th>Distrito</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Turrialba</td> <td>58%</td> </tr> <tr> <td>Santa Rosa</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>Santa Cruz</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Santa Teresita</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Pavones</td> <td>8%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2019.</p>	Distrito	Porcentaje	Turrialba	58%	Santa Rosa	17%	Santa Cruz	8%	Santa Teresita	8%	Pavones	8%
Distrito	Porcentaje												
Turrialba	58%												
Santa Rosa	17%												
Santa Cruz	8%												
Santa Teresita	8%												
Pavones	8%												

*N/A: no aplica

- Oficinas de información

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Planta Turística de Turrialba
Tema:	
	Oficinas de información
Subtema:	
	N/A*
Descripción:	
	En cuanto a oficinas de información “se identificaron 4 oficinas de información, las siguientes 3 ubicadas en el distrito de Turrialba: Explornatura, Mundología Trips y Ecoaventuras. Además, se identificó Serendipity Adventures en Santa Cruz.” (Municipalidad de Turrialba, 2019).
Información complementaria:	
	 <p>A pie chart illustrating the distribution of information offices. The chart is divided into two segments: a large green segment representing 75% of the total, labeled 'Turrialba', and a smaller blue segment representing 25% of the total, labeled 'Santa Cruz'. A legend below the chart shows a green square for 'Turrialba' and a blue square for 'Santa Cruz'.</p>
	Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2019.

*N/A: no aplica

- Transporte terrestre

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba										
Apartado:											
	Planta Turística de Turrialba										
Tema:											
	Transporte terrestre										
Subtema:											
	N/A*										
Descripción:											
	Según los datos de la Municipalidad de Turrialba (2019), debido a las características del territorio únicamente existe el transporte terrestre. El total de empresas identificadas que brindan el servicio de transporte turístico son 21, de las cuales el 81% se encuentran en el distrito de Turrialba.										
Información complementaria:											
	<table border="1"> <caption>Distribución de empresas de transporte turístico por distrito</caption> <thead> <tr> <th>Distrito</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Turrialba</td> <td>81%</td> </tr> <tr> <td>Santa Rosa</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Pavones</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>La Isabel</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">Fuente: Municipalidad de Turrialba, 2019.</p>	Distrito	Porcentaje	Turrialba	81%	Santa Rosa	10%	Pavones	5%	La Isabel	5%
Distrito	Porcentaje										
Turrialba	81%										
Santa Rosa	10%										
Pavones	5%										
La Isabel	5%										

*N/A: no aplica

- Otros

“Finalmente, en Turrialba se registra un centro de diversión nocturna, un negocio de arrendamiento de vehículos y 10 centros recreativos y/o piscinas, distribuidos de la siguiente manera: tres en Turrialba, tres en La Isabel, dos en La Suiza, uno en Pavones y uno en Tayutic; dentro de los cuales se mencionan: El Balneario las Américas, Piscinas El Danubio, Complejo Deportivo el Varón y Centro Recreativo San Martín, Centro Turístico Rosal El Alto, Adriano’s Complejo Deportivo y Centro Recreativo Turripoas.” (Municipalidad de Turrialba, 2019).

Infraestructura

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba																				
Apartado:																					
Infraestructura																					
Tema:																					
N/A*																					
Subtema:																					
N/A*																					
Descripción:																					
<p>Según el ICT, como se cita en Municipalidad de Turrialba (2019), la infraestructura es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Esta se puede dividir en dos tipos: la externa que es general y sirve a todos los sectores, y la interna que es la dotación de un sector a sí mismo y la infraestructura urbana o de una ciudad. De acuerdo con esta definición la infraestructura turística se caracteriza por ser de tipo interna, ya que corresponde a las redes necesarias para el acceso a los atractivos turísticos. A continuación, se presenta la estructura turística correspondiente al cantón de Turrialba:</p>																					
Información complementaria:																					
	<table border="1"> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Transporte Terrestre</td> <td>Terminal de buses Transtusa (Turrialba – San José / Turrialba - Siquirres)</td> </tr> <tr> <td>Terminal de buses distrital</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Comunicaciones</td> <td>Instituto Costarricense de Electricidad</td> </tr> <tr> <td>Correos de Costa Rica</td> </tr> <tr> <td>Energía</td> <td>Instituto Costarricense de Electricidad</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Salud</td> <td>Hospital William Allen Taylor *</td> </tr> <tr> <td>EBAIS (Aproximadamente 22)</td> </tr> <tr> <td>Cruz Roja</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Sanidad: agua, desagües y basura</td> <td>Municipalidad de Turrialba</td> </tr> <tr> <td>Municipalidad de Jiménez</td> </tr> <tr> <td>ASADAS</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Seguridad</td> <td>Fuerza Pública</td> </tr> <tr> <td>Policía de Tránsito</td> </tr> </tbody> </table>		Transporte Terrestre	Terminal de buses Transtusa (Turrialba – San José / Turrialba - Siquirres)	Terminal de buses distrital	Comunicaciones	Instituto Costarricense de Electricidad	Correos de Costa Rica	Energía	Instituto Costarricense de Electricidad	Salud	Hospital William Allen Taylor *	EBAIS (Aproximadamente 22)	Cruz Roja	Sanidad: agua, desagües y basura	Municipalidad de Turrialba	Municipalidad de Jiménez	ASADAS	Seguridad	Fuerza Pública	Policía de Tránsito
Transporte Terrestre	Terminal de buses Transtusa (Turrialba – San José / Turrialba - Siquirres)																				
	Terminal de buses distrital																				
Comunicaciones	Instituto Costarricense de Electricidad																				
	Correos de Costa Rica																				
Energía	Instituto Costarricense de Electricidad																				
Salud	Hospital William Allen Taylor *																				
	EBAIS (Aproximadamente 22)																				
	Cruz Roja																				
Sanidad: agua, desagües y basura	Municipalidad de Turrialba																				
	Municipalidad de Jiménez																				
	ASADAS																				
Seguridad	Fuerza Pública																				
	Policía de Tránsito																				

* La construcción del nuevo hospital de Turrialba ya se encuentra en proceso de licitación y será una realidad en el futuro cercano. Este hospital ofrecerá servicios de salud en una zona rural del mismo nivel de los ofrecidos por los hospitales ubicados en zonas urbanas del país, los cuales se encuentran entre los mejores de Centroamérica.

Fuente: Adaptación de Municipalidad de Turrialba, 2019.

*N/A: no aplica

Superestructura:

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba																																	
Apartado:																																		
Superestructura																																		
Tema:																																		
N/A*																																		
Subtema:																																		
N/A*																																		
Descripción:	<p>De acuerdo con el ICT, como se cita en Municipalidad de Turrialba (2019), la superestructura turística está compuesta por todos los organismos especializados, ya sean públicos y/o privados, los cuales se encargan de optimizar y modificar el funcionamiento de cada parte que integra el sistema y armoniza su relación. Así mismo, en cuanto al área de responsabilidad organizacional, la superestructura se conforma por dos tipos de agrupaciones: administración pública (instituciones autónomas y el Poder Ejecutivo, Judicial y Legislativo) y las organizaciones privadas. En el siguiente cuadro es posible apreciar las instituciones que conforman la superestructura turística del cantón de Turrialba.</p>																																	
Información complementaria:	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Institución</th> <th>Clasificación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Agencia para el Desarrollo</td> <td>Administración pública</td> </tr> <tr> <td>Banco de Costa Rica</td> <td>Administración pública</td> </tr> <tr> <td>Banco Nacional de Costa Rica</td> <td>Administración pública</td> </tr> <tr> <td>Banco Popular y Desarrollo Comunal</td> <td>Administración pública</td> </tr> <tr> <td>BAC Credomatic</td> <td>Organizaciones privadas</td> </tr> <tr> <td>Benemérito Cuerpo de Bomberos</td> <td>Administración pública</td> </tr> <tr> <td>Caja Costarricense de Seguro Social</td> <td>Administración pública</td> </tr> <tr> <td>Cámara de Comercio, Turismo y Servicios</td> <td>Organizaciones privadas</td> </tr> <tr> <td>Cámara de Turismo Turrialba</td> <td>Organizaciones privadas</td> </tr> <tr> <td>Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza</td> <td>Organizaciones privadas</td> </tr> <tr> <td>Comisión Local de Emergencias</td> <td>Administración pública</td> </tr> <tr> <td>Consejo Nacional de Producción</td> <td>Administración pública</td> </tr> <tr> <td>Corredor Biológico Volcánica Central Talamanca</td> <td>Administración pública</td> </tr> <tr> <td>Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad</td> <td>Administración pública</td> </tr> <tr> <td>Instituto Costarricense de Electricidad</td> <td>Administración pública</td> </tr> </tbody> </table>		Institución	Clasificación	Agencia para el Desarrollo	Administración pública	Banco de Costa Rica	Administración pública	Banco Nacional de Costa Rica	Administración pública	Banco Popular y Desarrollo Comunal	Administración pública	BAC Credomatic	Organizaciones privadas	Benemérito Cuerpo de Bomberos	Administración pública	Caja Costarricense de Seguro Social	Administración pública	Cámara de Comercio, Turismo y Servicios	Organizaciones privadas	Cámara de Turismo Turrialba	Organizaciones privadas	Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza	Organizaciones privadas	Comisión Local de Emergencias	Administración pública	Consejo Nacional de Producción	Administración pública	Corredor Biológico Volcánica Central Talamanca	Administración pública	Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad	Administración pública	Instituto Costarricense de Electricidad	Administración pública
Institución	Clasificación																																	
Agencia para el Desarrollo	Administración pública																																	
Banco de Costa Rica	Administración pública																																	
Banco Nacional de Costa Rica	Administración pública																																	
Banco Popular y Desarrollo Comunal	Administración pública																																	
BAC Credomatic	Organizaciones privadas																																	
Benemérito Cuerpo de Bomberos	Administración pública																																	
Caja Costarricense de Seguro Social	Administración pública																																	
Cámara de Comercio, Turismo y Servicios	Organizaciones privadas																																	
Cámara de Turismo Turrialba	Organizaciones privadas																																	
Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza	Organizaciones privadas																																	
Comisión Local de Emergencias	Administración pública																																	
Consejo Nacional de Producción	Administración pública																																	
Corredor Biológico Volcánica Central Talamanca	Administración pública																																	
Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad	Administración pública																																	
Instituto Costarricense de Electricidad	Administración pública																																	

Instituto de Desarrollo Rural	Administración pública
Instituto del Café de Costa Rica	Administración pública
Instituto Mixto de Ayuda Social	Administración pública
Instituto Nacional de Aprendizaje	Administración pública
Instituto Nacional de Seguros	Administración pública
Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia	Administración pública
Ministerio de Agricultura y Ganadería	Administración pública
Ministerio de Ambiente y Energía	Administración pública
Ministerio de Educación Pública	Administración pública
Ministerio de Salud	Administración pública
Ministerio de Trabajo	Administración pública
Municipalidad de Turrialba	Administración pública
Patronato Nacional de la Infancia	Administración pública
Poder Judicial	Administración pública
Servicio Nacional de Aguas, Riego y Avenamiento	Administración pública
Servicio Nacional de Salud Animal	Administración pública
Sistema Nacional de Áreas de Conservación	Administración pública
Universidad de Costa Rica	Administración pública
Universidad Estatal a Distancia	Administración pública
Universidad Florencio del Castillo	Organizaciones privadas

Fuente: Adaptación de Municipalidad de Turrialba, 2019.

*N/A: no aplica

Inventario de Patrimonio Turístico de Turrialba

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba																												
Apartado:																													
Inventario Cultural Turrialba 2019																													
Tema:																													
N/A*																													
Subtema:																													
N/A*																													
Descripción:																													
<p>El principal objetivo de este proyecto fue generar un banco de información que estuviera actualizada con respecto a las realidades culturales del cantón. De forma que pueda “ser utilizada por municipios, instituciones y organizaciones del cantón, así como por la ciudadanía en general, brindando un directorio cantonal, para contar con una radiografía cultural completa del cantón, que sirva para la selección de atractivos turísticos culturales para el desarrollo del Plan de Gestión Integral de Destino de Turrialba...” (Ministerio de Cultura y Juventud, 2019). El resultado principal del inventario cultural fue la identificación de 330 opciones culturales que se desglosan a continuación:</p>																													
Información complementaria:																													
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Distrito del cantón de Turrialba</th> <th>Cantidad de formularios de información</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Turrialba</td> <td>128</td> </tr> <tr> <td>La Suiza</td> <td>64</td> </tr> <tr> <td>Santa Teresita</td> <td>57</td> </tr> <tr> <td>Santa Cruz</td> <td>21</td> </tr> <tr> <td>Pavones</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>Peralta</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>La Isabel</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Tayutic</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Tres Equis</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Santa Rosa</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Tuis</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Chirripó</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>330</td> </tr> </tbody> </table>		Distrito del cantón de Turrialba	Cantidad de formularios de información	Turrialba	128	La Suiza	64	Santa Teresita	57	Santa Cruz	21	Pavones	13	Peralta	12	La Isabel	10	Tayutic	9	Tres Equis	8	Santa Rosa	5	Tuis	2	Chirripó	1	TOTAL	330
Distrito del cantón de Turrialba	Cantidad de formularios de información																												
Turrialba	128																												
La Suiza	64																												
Santa Teresita	57																												
Santa Cruz	21																												
Pavones	13																												
Peralta	12																												
La Isabel	10																												
Tayutic	9																												
Tres Equis	8																												
Santa Rosa	5																												
Tuis	2																												
Chirripó	1																												
TOTAL	330																												
<p>Fuente: Elaboración del autor con información del MCJ, 2019.</p>																													

“Del total de formularios, 162 cumplieron con los requisitos necesarios para ser ingresados en el Directorio Cultural de Sicultura, el cual contiene más de 5.000 fichas de información sobre recursos culturales de todo el país y que constituye una excelente herramienta de difusión y promoción a nivel nacional.” (MCJ, 2019).

Las 10 manifestaciones culturales más destacadas y que más se relacionan con la actividad turística son: artesanía, música, patrimonio inmaterial (costureras), inmuebles declarados patrimonio, literatura (Jorge Debravo), equipamientos culturales especializados (Casa de la Cultura), artes escénicas (baile folclórico), gestión y producción cultural (embellecimiento de la ciudad), ferias, espacios con usos culturales (Museo Ferroviario Peralta).

*N/A: no aplica

Anexo VI. Resultados del análisis de servicios de hospedaje y alimentación

Servicios de hospedaje

Nombre negocio	Distrito: 1. Turrialba													Precio de habitación doble**	Cómo se publicitan? Facebook, Página web, etc.	Atractivos? Senderos, cataratas, etc.
	Cantidad habitaciones*						Aforo máximo	Estrellas 1 - 5	Restaurante	Tipo						
	1	2	3	4	+4 (cantidad)	Total				Cabinas	Hostel	Albergue (B&B)	Hotel			
Spanish by the River		3	3	1		7	19	1			x			\$30.00	Página web, Facebook, canales de reservas	Vistas
Hotel Villa Florencia		9	4	10		23		4	x				x	\$170.00	Facebook, Instagram, Página web, canales de reservas	Piscina (jacuzzi), sala de entretenimiento, gimnasio, cancha de basket, sendero, salón de eventos
Servicio de Hospitalidad CATIE		31	17			48	113	2	x			x		\$75.00	Página web	Piscina, jardines, lago, zonas verdes
Hotel Casa de Lis		4	3	2	1 (5)	10	20	2					x	\$45.00	Redes sociales, Página web, canales de reservas	-
Turrialba Bed and Breakfast		6	1	1	2 (5)	10	29	2					x	\$65.00	Redes sociales	-
Hotel Herza	5	6	1			12		2					x	\$35.00	Facebook, canales de reservas	Ubicación
Hotel Kardey		15	10			25	60	2					x	\$50.00	Redes sociales	-
Yaldai: Hospedaje y Comida	9	4				13	17	2					x	\$35.00	Redes sociales	-
Hotel Wagelia Dominica	5	13		2		20	39	3					x	\$48.00	Facebook, Página web, canales de reservas	Piscina, áreas verdes
Hotel Wagelia Turrialba		15	3			18	39	3	x				x	\$65.00	Redes sociales, Página web, canales de reservas	-
Hotel Alcazar***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hotel Turri***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hotel Río**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hotel Valle Verde***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hotel Laroche***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hospedaje La Esmeralda***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hospedaje Anexo Elizabeth***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hotel Interamericano****	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totales:	19	106	42	16	3	186	336		3		1	1	8			

* Cantidad habitaciones: 1) sencilla, 2) doble, 3) triple, 4) cuádruple, +4) 5 o más personas (indica la cantidad de personas por cuarto)

** Precios en Dólares estadounidenses (\$1 = €600)

*** Rechazaron ser tomados en cuenta y no brindaron información al investigador

**** Dejó de ser hotel y renta sus habitaciones mensualmente a estudiantes

Nota:

De acuerdo a la escala de colores los hospedajes en color más claro se dedican a recibir turismo, los que tiene un color intermedio se dedican a recibir agentes vendedores y funcionarios de Gobierno; mientras que los de color más oscuro decidieron no formar parte del estudio, debido a que se dedican a rentar habitaciones por horas y no están capacitados para recibir turistas.

Distrito: 2. La Suiza																
Nombre negocio	Cantidad habitaciones						Aforo máximo	Estrellas 1 - 5	Restaurante	Tipo				Precio de habitación doble**	Cómo se publicitan? Facebook, Pagina web, etc.	Atractivos? Senderos, cataratas, etc.
	1	2	3	4	+4 (cantidad)	Total				Cabinas	Hostel	Albergue (B&B)	Hotel			
Hotel Casa Turire		8		8		16	48	4	x				x	\$149.00	Redes sociales y Página web	Senderos, granja, huerta orgánica, piscina.
Siloé B&B				8		8	32	2				x		\$60.00	Página web, Facebook, Instagram, Twitter, agentes y funcionarios públicos	Piscina, rancho para actividades
Cabinas Angostura***		7		1		8	18	2	x	x				\$30.00	Facebook	-
Totales:	0	15	0	17	0	32	98		2	1	0	1	1			

* Cantidad habitaciones: 1) sencilla, 2) doble, 3) triple, 4) cuádruple, +4) 5 o más personas (indica la cantidad de personas por cuarto)

** Precios en Dólares estadounidenses (\$1 = €600)

*** Cabinas que se alquilan por horas

Distrito: 4. Santa Cruz																
Nombre negocio	Cantidad habitaciones						Aforo máximo	Estrellas 1 - 5	Restaurante	Tipo				Precio de habitación doble**	Cómo se publicitan? Facebook, Pagina web, etc.	Atractivos? Senderos, cataratas, etc.
	1	2	3	4	+4 (cantidad)	Total				Cabinas	Hostel	Albergue (B&B)	Hotel			
Volcán Turrialba Lodge***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cabañas El Bosque		3			3 (6 - 8 - 8)	6	28	2	x	x				\$60.00	Facebook, Instagram, booking	Piscina y senderos
Guayabo Lodge		25		3		28	62	3	x				x	\$90.00	Página, web y Agencias	Pozas, senderos, vacas, eco friendly
Vista Turrialba Lodge			5	1	1 (6)	7		2				x		\$60.00	Facebook, canales de reservas	Senderos, jardines, caminatas, vistas, ranchos para reuniones
Totales:	0	28	5	4	4	41	90		2	1	0	1	1			

* Cantidad habitaciones: 1) sencilla, 2) doble, 3) triple, 4) cuádruple, +4) 5 o más personas (indica la cantidad de personas por cuarto)

** Precios en Dólares estadounidenses (\$1 = €600)

*** Actualmente no está en operación

Distrito: 5. Santa Teresita																
Nombre negocio	Cantidad habitaciones						Aforo máximo	Estrellas 1 - 5	Restaurante	Tipo				Precio de habitación doble**	Cómo se publicitan? Facebook, Pagina web, etc.	Atractivos? Senderos, cataratas, etc.
	1	2	3	4	+4 (cantidad)	Total				Cabinas	Hostel	Albergue (B&B)	Hotel			
Camping River View***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hotel Guayabo***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totales:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			

* Cantidad habitaciones: 1) sencilla, 2) doble, 3) triple, 4) cuádruple, +4) 5 o más personas (indica la cantidad de personas por cuarto)

** Precios en Dólares estadounidenses (\$1 = €600)

*** Actualmente no está en operación

Distrito: 6. Pavones																
Nombre negocio	Cantidad habitaciones						Aforo máximo	Estrellas 1 - 5	Restaurante	Tipo				Precio de habitación doble**	Cómo se publicitan? Facebook, Pagina web, etc.	Atractivos? Senderos, cataratas, etc.
	1	2	3	4	+4 (cantidad)	Total				Cabinas	Hostel	Albergue (B&B)	Hotel			
Hotel Turrialtico		12		8		20	56	3	x			x		\$50.00	Facebook, Instagram	Mirador
Bella Vista Ranch		2		1		3	8	2	x			x		\$60.00	Facebook, Instagram, Página web, canales de reservas	Vista y jardines
Hacienda Monte Claro	1	2	1	4		8	24	3	x	x			x	\$100.00	Web, turismo europeo con agencias	Hacienda de 350 hectareas con variedad de actividades de aventura, cabalgatas y observación de aves.
Totales:	1	16	1	13	0	31	88		3	1	0	2	1			

* Cantidad habitaciones: 1) sencilla, 2) doble, 3) triple, 4) cuádruple, +4) 5 o más personas (indica la cantidad de personas por cuarto)

** Precios en Dólares estadounidenses (\$1 = €600)

Distrito: 7. Tuis																
Nombre negocio	Cantidad habitaciones						Aforo máximo	Estrellas 1 - 5	Restaurante	Tipo				Precio de habitación doble**	Cómo se publicitan? Facebook, Pagina web, etc.	Atractivos? Senderos, cataratas, etc.
	1	2	3	4	+4 (cantidad)	Total				Cabinas	Hostel	Albergue (B&B)	Hotel			
Rancho Naturalista		6	2	4	2 (5)	14	44	3	x			x		\$180.00	Página web, Facebook, Instagram, canales de reservas	Obsevación de aves, senderos en finca de 30 hectáreas
Totales:	0	6	2	4	2	14	44	3	1	0	0	1	0			

* Cantidad habitaciones: 1) sencilla, 2) doble, 3) triple, 4) cuádruple, +4) 5 o más personas (indica la cantidad de personas por cuarto)

** Precios en Dólares estadounidenses (\$1 = €600)

Distrito: 9. Santa Rosa																
Nombre negocio	Cantidad habitaciones						Aforo máximo	Estrellas 1 - 5	Restaurante	Tipo				Precio de habitación doble**	Cómo se publicitan? Facebook, Pagina web, etc.	Atractivos? Senderos, cataratas, etc.
	1	2	3	4	+4 (cantidad)	Total				Cabinas	Hostel	Albergue (B&B)	Hotel			
Hotel Ladera***		4			2 (5)	6		2					x	\$60.00	Facebook, Instagram, Canales de reservas	
Hotel Wagelia Espino Blanco				8	2 (5)	10	42	2	x			x		\$65.00	FB, Web	Senderos, bodas, eventos
Casa Aquiares Lodge		2		3	1 (6)	6	22	2	x				x	\$65.00	Facebook, Instagram, canales digitales, sitio web.	Piscina, áreas de camping, vista
Hostel Pacuare		3		3		6	18	2		x				\$33.00	Facebook, Página web en construcción, Canales de reservas	También tienen una tour operadora y ofrecen sus propios tours así como catarata de Aquiares
Totales:	0	9	0	14	5	28	82	2	2	0	1	1	1			

* Cantidad habitaciones: 1) sencilla, 2) doble, 3) triple, 4) cuádruple, +4) 5 o más personas (indica la cantidad de personas por cuarto)

** Precios en Dólares estadounidenses (\$1 = €600)

*** No está operando debido a la pandemia

Distrito: 10. Tres Equis																
Nombre negocio	Cantidad habitaciones						Aforo máximo	Estrellas 1 - 5	Restaurante	Tipo				Precio de habitación doble**	Cómo se publicitan? Facebook, Pagina web, etc.	Atractivos? Senderos, cataratas, etc.
	1	2	3	4	+4 (cantidad)	Total				Cabinas	Hostel	Albergue (B&B)	Hotel			
Montañas del Pacuare		2			3 (6-10-12)	5	32	2	x			x		\$60.00	Página web, Facebook	Vistas, senderos, sala de eventos
El Paso del Viento		3	1		1 (5)	5	14	2		x				\$17.00	Facebook	-
Finca Tres Equis		1		1	1 (6)	3	12	2		x				\$50.00	Facebook, Instagram, Web, alinzas con empresas de rafting	Finca de 350ha con plantaciones de cacao, café, senderos, cabalgatas, rafting y observación de ranas y aves.
Totales:	0	6	1	1	5	13	58	2	1	2	0	1	0	\$42.33		

* Cantidad habitaciones: 1) sencilla, 2) doble, 3) triple, 4) cuádruple, +4) 5 o más personas (indica la cantidad de personas por cuarto)

** Precios en Dólares estadounidenses (\$1 = €600)

Distrito: 12. Chirripó																
Nombre negocio	Cantidad habitaciones						Aforo máximo	Estrellas 1 - 5	Restaurante	Tipo				Precio de habitación doble**	Cómo se publicitan? Facebook, Pagina web, etc.	Atractivos? Senderos, cataratas, etc.
	1	2	3	4	+4 (cantidad)	Total				Cabinas	Hostel	Albergue (B&B)	Hotel			
Hacienda Moravia***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totales:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			

* Cantidad habitaciones: 1) sencilla, 2) doble, 3) triple, 4) cuádruple, +4) 5 o más personas (indica la cantidad de personas por cuarto)

** Precios en Dólares estadounidenses (\$1 = €600)

*** Actualmente no está en operación

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
Servicios de hospedaje y alimentación	
Tema:	
Servicios de hospedaje	
Subtema:	
Análisis por distrito	
Descripción:	
<p>El distrito de Turrialba cuenta con hoteles que van desde 1 estrella hasta 4 estrellas, con un rango de precios por habitación doble desde los \$30 hasta los \$170 por una noche de hospedaje. Cabe destacar también que uno de los hoteles en Turrialba dejó de funcionar en el año 2018 como hotel y decidió rentar sus habitaciones a estudiantes por periodos mensuales.</p>	
Información complementaria:	
<p>Turrialba es el distrito que cuenta con mayor cantidad de servicios de hospedaje, 18 en total. Aunque de esos 18 solamente 10 forman parte de este estudio, debido a que los otros ocho hoteles alegaron no estar capacitados para recibir turistas, pues el giro comercial de esos establecimientos es rentar habitaciones por horas que cuentan con servicios y personal muy limitados.</p>	
<p>Además, de los 18 hoteles que forman parte del estudio, cinco se dedican a recibir turistas como su negocio principal, mientras que los otros cinco se caracterizan por ser hoteles que tienen convenios ya establecidos con empresas repartidoras (agentes vendedores) o con funcionarios de Gobierno (ICE, RECOPE, etc.), los cuales se convierten en los principales usuarios de estos hoteles. Aunque estos establecimientos de hospedaje sí están capacitados para recibir turismo nacional y/o extranjero.</p>	
<p>La accesibilidad a los hoteles en este distrito es muy favorable pues todos se encuentran cerca del centro de la ciudad, a la cual se ingresa por las rutas 10, 230, 225 desde la GAM y por las rutas 10 y 415 desde el Caribe.</p>	

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Servicios de hospedaje y alimentación
Tema:	
	Servicios de hospedaje
Subtema:	
	Análisis por distrito
Descripción:	
	Este distrito cuenta con tres establecimientos de hospedaje en total, un hotel, un albergue y unas cabinas que se rentan por horas, pero que están en capacidad de recibir turistas nacionales. De acuerdo a los servicios que ofrecen, la clasificación por estrellas de estos establecimientos van de las 2 a las 4 estrellas. Y el rango de precios por habitación doble varía desde los \$30 hasta los \$149 por una noche de hospedaje.
Información complementaria:	
	La accesibilidad a los hoteles en este distrito es más conveniente a través de la ruta 225 desde la GAM y por la ruta 10 desde el Caribe.

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Servicios de hospedaje y alimentación
Tema:	
	Servicios de hospedaje
Subtema:	
	Análisis por distrito
Descripción:	
	El distrito de Santa Cruz cuenta con cuatro establecimientos de hospedaje en total, aunque uno de ellos no se encuentra en funcionamiento desde hace unos meses. De los tres restantes uno es un hotel, uno es un albergue y finalmente unas cabinas. El rango de precios por habitación doble varía desde los \$60 hasta los \$90 por una noche de hospedaje, y van de las 2 a las 3 estrellas.
Información complementaria:	
	La accesibilidad a los hoteles en este distrito resulta mejor a través de la ruta 230 desde la GAM y la ruta 10 desde el Caribe.

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Servicios de hospedaje y alimentación
Tema:	
	Servicios de hospedaje
Subtema:	
	Análisis por distrito
Descripción:	
	Este distrito cuenta con una situación muy particular, pues se registran dos establecimientos con patente de hospedaje, pero ambos se encuentran cerrados debido a la pandemia. En el caso específico del Hotel Guayabo, el propietario está enfermo de cáncer y no desea recibir visitas durante la pandemia del COVID-19.
Información complementaria:	
	La accesibilidad a los hoteles en este distrito es mejor por medio de las rutas 230 y 10 desde la GAM y por la ruta 415 desde el Caribe. Aunque actualmente ninguno de los dos servicios de hospedaje de este distrito se encuentra en operación.

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Servicios de hospedaje y alimentación
Tema:	
	Servicios de hospedaje
Subtema:	
	Análisis por distrito
Descripción:	
	El distrito de Pavones cuenta con dos albergues y unas cabinas, todos dedicados tanto al turismo nacional como al internacional. De acuerdo a los servicios que ofrecen, la clasificación por estrellas de estos establecimientos van de las 2 a las 3 estrellas. Y el rango de precios por habitación doble varía desde los \$50 hasta los \$100 por una noche de hospedaje.
Información complementaria:	
	La accesibilidad a los hoteles en este distrito es mejor a través de la ruta 10 desde la GAM y la ruta 10 desde el Caribe.

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Servicios de hospedaje y alimentación
Tema:	
	Servicios de hospedaje
Subtema:	
	Análisis por distrito
Descripción:	
	Solamente se registra un hospedaje en este distrito, que se destaca por ser uno de los mejores lugares de Costa Rica para la observación de aves. Este establecimiento cuenta con 3 estrellas y se cataloga como un albergue de montaña. El precio por habitación doble por una noche de hospedaje se encuentra alrededor de los \$180.
Información complementaria:	
	La accesibilidad a los hoteles en este distrito es mejor por medio de las rutas 225 y 10 desde la GAM y la ruta 10 desde el Caribe.

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Servicios de hospedaje y alimentación
Tema:	
	Servicios de hospedaje
Subtema:	
	Análisis por distrito
Descripción:	
	En este distrito es posible encontrar cuatro establecimientos de hospedaje en total, pero un hotel se encuentra cerrado debido a la pandemia. Los otros tres establecimientos se clasifican como un hostel, un albergue y un hotel. En este distrito todos los sitios de hospedaje se clasifican como 2 estrellas y los rangos de precios por una noche de hospedaje en una habitación doble van de los \$33 a los \$65.
Información complementaria:	
	La accesibilidad a los hoteles en este distrito es muy favorable pues todos se encuentran muy cerca del centro de la ciudad, a la cual se ingresa por las rutas 10, 230, 225 desde la GAM y por las rutas 10 y 415 desde el Caribe.

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Servicios de hospedaje y alimentación
Tema:	
	Servicios de hospedaje
Subtema:	
	Análisis por distrito
Descripción:	
	Este distrito cuenta con un total de tres hospedajes, que se clasifican como dos cabinas y un albergue. El rango de precios por habitación doble varía desde los \$17 hasta los \$60 por una noche de hospedaje y todos son de 2 estrellas.
Información complementaria:	
	La accesibilidad a los hoteles en este distrito es mejor a través de las rutas 10 y 225 desde la GAM y por la ruta 10 desde el Caribe.

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Servicios de hospedaje y alimentación
Tema:	
	Servicios de hospedaje
Subtema:	
	Análisis por distrito
Descripción:	
	El distrito de Chirripó cuenta con un único albergue que se encuentra fuera de servicio desde hace unos meses, por lo que no fue posible recolectar datos del mismo.
Información complementaria:	
	La accesibilidad a los hoteles en este distrito es mejor por medio de la ruta 225 desde la GAM y la ruta 10 desde el Caribe.

Servicios de alimentación

Restaurantes y similares en el cantón de Turrialba según distrito.

Distrito: 1. Turrialba				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
La Flor del Café	x			
Soda Anita	x			
Soda La Salvadita	x			
Restaurante El Parque		x		
Soda La Cañada	x			
Soda La Alegría	x			
Soda Lisboa	x			
Soda El Estudiante	x			
Soda IET #1	x			
Betty Kitchen		x		
Soda Lorens	x			
Soda La Amistad	x			
Carnicería y Soda La Fama	x			
Bar y Restaurante JKL			x	
Restaurante Pollo a la Leña 2000		x		
Restaurante La Feria		x		
Soda Popos	x			
Bar y Restaurante Pinkay			x	
Soda La Hulera	x			
Soda El Nido	x			
Bar y Restaurante La Margot			x	
Soda Aroma y Sabor	x			
Soda y Restaurante La Teja	x			
Cafetería Doña María	x			
Soda Yeca	x			
Soda La Casita	x			
Soda Nuestra Señora de Sion	x			
Bar y Restaurante Treinta y Tantos		x		
Bar y Restaurante La Garza			x	
Soda M y M	x			

Bar y Restaurante Las Carnitas			x	
Frituras Las Tejas 03	x			
Soda Los Ángeles	x			
Soda Maná	x			
Bar y Restaurante El Kiosco Turrialbeño			x	
Doña Ceci	x			
Viajes Tropicales Locos			x	
Restaurante El Sol		x		
Restaurante Mundo de Sabores	x			
El Barón	x			
Rostizados		x		
Mini Chicharronera y Soda Stacy	x			
Soda La Universidad	x			
Bar y Restaurante Tico Chino		x		
Nuevo Hong Kong		x		
Soda y Pastelería Maracuyá	x			
Wok and Roll		x		
Sabor Oriental	x			
La Playa	x			
Soda Tía Jeannette	x			
Soda Bella	x			
Soda Bambú	x			
Soda Jenny	x			
Cirilo's Pizza	x			
Soda Las Brisas	x			
El Rincón de Lita	x			
Soda El Sabor Turrialbeño	x			
Soda Los Porteadores	x			
Bar y Restaurante El Prado			x	
La Victoria			x	
Panadería y Soda Flor de Trigo	x			
Café Cheleto	x			
Soda La Casita	x			
Bar y Restaurante La Santacruceña	x			
Quinchos Pizza	x			
Soda Dos R.	x			
Soda IET #2	x			
Vista Hermosa Sabor Cubano	x			
Restaurante Río		x		

Wagelia Turrialba				x
Restaurante More Than Words		x		
Pollo Granjero	x			
Dulce Tentación	x			
Pollolandia	x			
Las Delicias de Guadalupe	x			
Nostra Pizzería	x			
El Sabor De Mi Tierra	x			
Bar y Restaurante La Oficina			x	
Bar y Restaurante La Galera			x	
El Ajonjolí	x			
Bar y Restaurante Laroche				x
Club Internacional del CATIE		x		
Soda y Cafetería La Eskina	x			
Café Sunt	x			
Taquería Divino Niño	x			
Carnitas Mau	x			
Soda La Casita N°2	x			
Pizza Mamma Mía	x			
Restaurante Betico Mata y Parrilla		x		
Maxi Rico	x			
Lácteos y Sabores de Santa Cruz	x			
Soda y Heladería Ven Amascar	x			
Restaurante Titis		x		
Soda Las Escarolas	x			
Club Café	x			
Respira	x			
La Estación Tapas y Bistró		x		
Café y Restaurante Toc Toc	x			
Restaurante Ruta 10		x		
Nazca Turrialba		x		
Pizza MM 2x1	x			
Gamers Sport Bar Restaurante Lounge			x	
El Pollote	x			
Restaurante Li	x			
Soda Anadelia	x			
Koko By Palex	x			
Cirilo's Pizza Junior	x			
La Ventana	x			

Chicken Pura Vida	x			
Mima's	x			
Soda Abi	x			
Soda La Negra	x			
Chielo's	x			
Rosty Restaurante	x			
Restaurante Nazca		x		
The Park Snack	x			
Soda y Cafetería La Eskina #2	x			
Soda Floribeth	x			
Soda Lily's	x			
Heve	x			
Daniel's Pizza	x			
Bar y Restaurante Wagelia				x
Total:	88	19	12	3

Distrito: 2. La Suiza				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
Salón Manchester			x	
Centro Amigos La Selva			x	
Soda Colegio La Suiza	x			
El Jardín de Job	x			
Adriano's Complejo Turístico		x		
Soda La Central	x			
Pollo Crispy	x			
Soda Brisas del Pacuare	x			
Pizzería Mamamia 2x1	x			
Venta de Comidas	x			
Delicias Karol	x			
Finca Vialig		x		
Bar y Restaurante Pochos			x	
Soda Niki	x			
Soda Escuela Rodolfo Herzong	x			
Soda Mary's	x			
Cirilo's Pizza Junior	x			
Tuli El Sabor del Pollo	x			
Restaurante Don Salme		x		
Comida Ritas	x			
Restaurante Nueva Vida	x			
Soda F y F	x			
La Riviera			x	
Total:	16	3	4	0

Distrito: 3. Peralta				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
Restaurante Las Palmeras		x		
Total:	0	1	0	0

Distrito: 4. Santa Cruz				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
Soda La Comelona	x			
La Deportiva	x			
Bar y Restaurante R y R			x	
Bar y Restaurante Salón de Baile Torrealba		x		
Soda La Pista	x			
Bar y Restaurante La Trucha y El Gavilán		x		
Repostería Danza con Nubes	x			
El Sabor de mi Pueblo	x			
Soda y Pulpería Remembranzas Jorge Debravo	x			
Bar y Restaurante La Cabaña		x		
Soda Yury	x			
Carnitas Chani		x		
La Cuchara de Mita	x			
Restaurante La Cocina de Leo		x		
Soda Las Trillizas	x			
Restaurante El Pecado da Sabor		x		
Restaurante Los Prados		x		
Total:	9	7	1	0

Distrito: 5. Santa Teresita				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
Bar y Restaurante La Cabaña			x	
Restaurante La Tilapia		x		
Soda Mary	x			
Bar y Restaurante El Cruce		x		
Restaurante Quetzal C.S.		x		
Restaurante Eimi		x		
Pollo A La Leña R415	x			
Los Cacaos	x			
Soda Pucho	x			
Total:	4	4	1	0

Distrito: 6. Pavones				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
Bella Vista Ranch				x
El Comal			x	
La Puerta del Atlántico			x	
Sitios Angostura		x		
Bar y Restaurante Angostura		x		
Pesca Deportiva Los Guayabales		x		
Soda Las Delicias #1	x			
Bar y Restaurante Salas		x		
Soda Quesada	x			
Centro Recreativo TurriPoás		x		
Restaurante Rancho JSM		x		
Soda Las Delicias #2	x			
Valle Verde Arte y Café	x			
Restaurante El Escondite		x		
Restaurante Rancho Antojito Criollo		x		
Soda Los Ángeles	x			
Pollos Más Que Bueno	x			
Total:	6	8	2	1

Distrito: 7. Tuis				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
Centro Social San Joaquín		x		
Monteverder			x	
Soda Las Delicias	x			
Rancho Pérez La Poderosa		x		
Soda El Paso de Las Delicias R.D.	x			
Happy Fish	x			
Total:	3	2	1	0

Distrito: 8. Tayutic				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
Soda Las Palmeritas	x			
Soda El Almendro	x			
Total:	2	0	0	0

Distrito: 9. Santa Rosa				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
Soda Catalina	x			
Bar y Restaurante Don Porfi		x		
Bar y Restaurante El Castillo		x		
Bar y Restaurante Las Rosas de San Luis		x		
Soda Aquiares	x			
Soda Guelis	x			
Alkimos	x			
Total:	4	3	0	0

Distrito: 10. Tres Equis				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
Bar y Restaurante El Cruce			x	
Soda Liceo Tres Equis	x			
Restaurante Los Pinos		x		
Evonny Pizza	x			
Total:	2	1	1	0

Distrito: 11. La Isabel				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
Rancho Marali			x	
Centro Recreativo San Martín		x		
Soda Liz	x			
Centro Turístico Rosal El Alto		x		
Soda Escuela Valeriano F.	x			
Kaday	x			
El Pollote	x			
Soda El Enyucado	x			
Delipizza	x			
Total:	6	2	1	0

Distrito: 12. Chirripó				
Nombre negocio	Tipo			
	Soda	Restaurante	Bar	Restaurante de hotel
Salón Cabecar			x	
Mirador Aroma de Montaña		x		
Rancho Neomori Prisallae	x			
Restaurante Coral	x			
Total:	2	1	1	0

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Servicios de hospedaje y alimentación
Tema:	
	Servicios de alimentación
Subtema:	
	Sodas
Descripción:	
	La mayoría de sodas del cantón de Turrialba tienen la particularidad de que tienen un menú sencillo, capacidad de aforo reducida y ofrecen comida típica y platillos menos elaborados con respecto a los restaurantes. Por lo general es posible encontrar platos del día, que consisten en la misma opción de comida para todos los comensales y rara vez cuentan con un menú amplio con opciones variadas de platillos elaborados. También incluyen una importante variedad de comidas rápidas que muchas veces han sido previamente preparadas y están listas para el consumo, como lo son las empanadas, los sándwiches, el pollo frito; entre otros.
Información complementaria:	
	Con respecto a las sodas, el 62% de estos establecimientos se encuentran en el distrito central de Turrialba, seguido de un 11% que se ubica en el distrito de La Suiza. Santa Cruz se ubica en una tercera posición con el 6% de las sodas del cantón, mientras que Pavones y La Isabel registran ambos un 4% del total de este tipo de establecimientos. Santa Rosa y Santa Teresita tienen cada uno un 3%, Tuis un 2% y finalmente Tayutic, Tres Equis y Chirripó albergan cada uno un 1% de las sodas del cantón. El único distrito que no reporta sodas en su territorio es Peralta.

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
Servicios de hospedaje y alimentación	
Tema:	
Servicios de alimentación	
Subtema:	
Restaurantes	
Descripción:	
<p>Contrario a las sodas, los restaurantes del cantón de Turrialba ofrecen un menú mucho más amplio y elaborado, con diferentes opciones y especialidades para gustos más variados. La capacidad de aforo de este tipo de establecimientos es mucho más amplia que en las sodas, en algunos de estos restaurantes incluso es posible atender a más de 50 personas al mismo tiempo. En los restaurantes también existen más opciones de postres y bebidas, y todas las comidas se preparan en el momento en que los clientes ordenan. En este tipo de establecimientos también cuentan, por lo general, con una patente que les permite el expendio de bebidas alcohólicas como cervezas y licores.</p>	
Información complementaria:	
<p>En cuanto a restaurantes, el 30% de estos se encuentran en el distrito central de Turrialba, el 16% se ubican en el distrito de Pavones y el 14% están en el distrito de Santa Cruz. El distrito de Santa Teresita cuenta con el 8% de los restaurantes del cantón, mientras que los distritos de La Suiza y Santa Rosa contienen un 6% de los restaurantes del cantón cada uno. Tuis y La Isabel cuentan con el 4% cada uno, mientras que Peralta, Tres Equis y Chirripó albergan cada uno un 2% de la totalidad de restaurantes de Turrialba. El único distrito que no reporta restaurantes es el distrito de Tayutic.</p>	

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Servicios de hospedaje y alimentación
Tema:	
	Servicios de alimentación
Subtema:	
	Bares
Descripción:	
	La particularidad de este tipo de establecimiento es que su principal razón de ser es la venta de bebidas alcohólicas como cervezas y licores, así como la producción de eventos sociales, en el caso de los salones, como bailes, conciertos y otros eventos para poder vender licor. Los bares del cantón de Turrialba también ofrecen servicio de alimentación en su gran mayoría, aunque la venta de comida es un servicio complementario y no es la principal actividad de los bares. El tipo de menú que tienen la mayoría de bares de Turrialba incluye una variedad de las denominadas “bocas”, que son un tipo de aperitivo o pequeñas porciones de comidas típicas.
Información complementaria:	
	La distribución de los bares en el cantón de Turrialba se define de la siguiente manera: el distrito central de Turrialba cuenta con el 50% de los bares del cantón. El distrito de La Suiza alberga el 17% de los bares, mientras que en Pavones se encuentran el 8% de este tipo de establecimientos. Los distritos de Santa Cruz, Santa Teresita, Tuis, Tres Equis, La Isabel y Chirripó cuentan cada uno con un 4% de los bares. Los distritos de Peralta, Tayutic y Santa Rosa no reportan bares, aunque si existen establecimientos con patente de expendio de bebidas alcohólicas, pero que no son catalogados como bares.

RESULTADOS	B.1. Diagnóstico del sector turístico del cantón de Turrialba
Apartado:	
	Servicios de hospedaje y alimentación
Tema:	
	Servicios de alimentación
Subtema:	
	Restaurantes de hoteles
Descripción:	
	Este tipo de restaurante cuenta con las mismas características descritas anteriormente en el apartado de restaurantes, pero con la particularidad de que son parte de un hotel.
Información complementaria:	
	De acuerdo con los datos del Departamento de Patentes de la Municipalidad de Turrialba (2019) en el cantón de Turrialba solo se registran cuatro restaurantes de hoteles que no funcionan de manera exclusiva para sus huéspedes, sino que también se encuentran abiertos al público en general. De estos cuatro establecimientos tres se ubican en el distrito de Turrialba, mientras que el otro restante se ubica en el distrito de Pavones.

Anexo VII. Poblaciones meta para la promoción turística propuestas inicialmente por la CATUR

La siguiente Figura detalla los diferentes conjuntos de actividades que más se ofrecen a los visitantes de Turrialba de acuerdo con sus gustos y preferencias, que han sido identificadas por los miembros de la CATUR tomando en cuenta el comportamiento histórico del turismo en el cantón Turrialbeño.



Figura 33. Poblaciones meta para la promoción turística de Turrialba de acuerdo a la CATUR.

Fuente: Elaboración del autor con datos de la CATUR, 2020.

Las poblaciones meta del turismo en Turrialba, así como los conjuntos de actividades mencionados anteriormente se clasifican en grupos de acuerdo a la naturaleza de las mismas, pero esto no impide la posibilidad de ofrecer diferentes actividades que no están incluidas dentro de las opciones principalmente ofrecidas a una población meta específica. Por ejemplo, si un grupo de deportistas quisiera tener la oportunidad de hacer actividades de agroturismo o de experiencias vivenciales esto sería perfectamente posible.

Anexo VIII. Acciones tomadas por el Estado costarricense para la recuperación económica de la actividad turística según el Instituto Costarricense de Turismo (2020)

Medidas para ajustar la seguridad sanitaria al COVID-19:

1. Protocolos sanitarios: como resultado tangible de un trabajo arduo, dedicado y conjunto, 28 funcionarios del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y 39 representantes del sector privado prepararon, en menos de dos semanas, 16 protocolos sanitarios para la reapertura segura de igual número de áreas de la industria turística afectada por la pandemia por COVID-19.
2. Capacitación: se lanzó la plataforma ICT CAPACITA en mayo y se ha podido así capacitar virtualmente al sector turístico nacional en la implementación de los 16 protocolos aplicables para las actividades turísticas, esencial para garantizar la seguridad sanitaria de Costa Rica como destino turístico.
3. Sello Safe Travels: Costa Rica obtuvo el sello Safe Travels o Destino Seguro del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), gracias a la implementación de los 16 protocolos sanitarios para las actividades turísticas.

Medidas para la promoción del turismo interno e internacional:

4. Vamos a Turistear: promoción de consumo en el turismo nacional mediante el lanzamiento el 23 de julio de la campaña “Vamos a Turistear” con ofertas especiales para costarricenses y residentes. Esta campaña se fortaleció mediante una alianza con la Asociación Bancaria Costarricense, que ofrece descuentos, pagos diferenciados, redención de puntos, financiamiento a un año plazo sin intereses a todas las tarjetas para consumo en viajes locales, entre otras medidas, para generar opciones económicas para vacacionar en el país.

5. Promoción internacional del destino: las acciones en mercados de interés no han cesado y en ningún momento fueron suspendidas pese al cierre de los aeropuertos, dada la importancia de mantenerse vigente en una coyuntura donde la competencia por recuperar las llegadas internacionales será agresiva comercialmente hablando. Con la reapertura de la frontera aérea se ha intensificado la promoción de Costa Rica particularmente de cara a la temporada alta y aprovechando nuestro prestigio internacional como destino turístico sostenible, de crecimiento limitado (sin aglomeraciones) y sumando el bienestar como un eje transversal. El fundamento de las distintas acciones se basa en la campaña Only the Essentials, que hace un llamado a conectarnos con los valores esenciales de la vida, una reflexión pertinente en la coyuntura sanitaria. Como parte de estos esfuerzos de comunicación, el ICT concedió la semana pasada entrevistas a NatGeo que publicará un especial de más de 20 páginas sobre Costa Rica en los próximos días, y a The New York Times. La Institución, además, participa de manera activa en foros turísticos especializados, como por ejemplo Skift.

6. Aviso de viaje EE.UU.: mediante esfuerzos diplomáticos y apoyados por la Cancillería General de la República se intercedió ante el Gobierno de los Estados Unidos de América para gestionar una mejora en la recomendación de viaje a Costa Rica pasándola del nivel 4 (no viajar) al nivel 3 (reconsidere el viaje debido al Covid-19). En el nivel 3, EE.UU. ubica actualmente a la mayoría de países del mundo.

Medidas para la reapertura de las actividades turísticas nacionales:

7. Alojamientos turísticos: desde el 31 de agosto todos los establecimientos de hospedaje -sin importar si están ubicados en cantones con alerta naranja o amarilla- pueden funcionar a un 100% de su aforo, salvo en las áreas comunes donde el aforo debe mantenerse en 50%, entendiéndose gimnasio, piscina y el restaurante.

8. Restricción vehicular: desde el 17 de octubre todos los vehículos pueden circular sábados y domingos de 5 a.m. a 9 p.m., clave para incentivar tours y paseos de un día, reactivar al sector de restaurantes, entre otros.
9. Transporte turístico: los vehículos de alquiler (rent-a-car) están exentos de la restricción vehicular al igual que las unidades de transporte de turismo sujetas a las disposiciones especiales establecidas por el Consejo de Transporte Público para la atención de la situación sanitaria por COVID-19.
10. Playas: desde el pasado 15 de octubre todas las playas pueden ser visitadas de lunes a viernes de 5 a.m. a 10 p.m. y sábados y domingos de 5 a.m. a 9 p.m.
11. Tours al aire libre: desde el 01 de agosto está autorizado el funcionamiento de tours con actividades al aire libre, entre las que están las caminatas, senderismo, canopy, teleféricos, paseos en balsas, actividades recreativas acuáticas y actividades recreativas aéreas, todas bajo el estricto cumplimiento de los protocolos sanitarios.
12. Turismo de reuniones: desde el 09 de septiembre el turismo de reuniones puede operar con un aforo máximo de 75 personas, cifra que no contabiliza al personal logístico que atiende los eventos.
13. Casinos: desde el 08 de octubre pueden operar todos los casinos que están ubicados en alojamientos turísticos.

Medidas para la reapertura de fronteras:

14. Apertura aérea: desde el 01 de agosto con riesgo controlado y a partir del próximo 01 de noviembre se extiende a todos los países del mundo. Esta es una decisión crucial para recobrar la conexión aérea, la confianza de las aerolíneas, la de los

viajeros y con ello reactivar el empleo. Más de 600 mil puestos de trabajos directos e indirectos dependen del turismo.

15. Apertura marítima: se habilitó la llegada de pasajeros que cumplen requisitos migratorios por la vía marítima en yates, sin importar dónde se originaron, a las cinco marinas del país (Papagayo, Los Sueños, Pez Vela, Bahía Banana y Bahía Golfito). Con ello se espera la recuperación de 2 500 puestos de empleos directos.

Medidas para fortalecer la competitividad:

16. Precio del jet fuel: rebaja de 5% en el precio del jet fuel (combustible para los aviones). El precio se redujo al eliminarse los subsidios del jet fuel al gas licuado de petróleo, el búnker, el asfalto y la emulsión asfáltica. La medida se concretó en mayo mediante un decreto como parte del plan impulsado por el gobierno para la reactivación del turismo. Beneficiará a las empresas aéreas en busca de recuperar la conectividad aérea del país.

Medidas impulsadas por el Consejo Económico del cual el ICT forma parte:

17. Readecuaciones crediticias: como parte de las acciones impulsadas desde el Consejo Económico, el 18 de marzo pasado emitimos la Directriz 075-H dirigida a los bancos comerciales del Estado con el fin de dotar de liquidez a los hogares y empresas por medio de readecuaciones crediticias que contemplen la disminución en las tasas de interés, extensión del plazo, prórrogas en el pago del principal y/o intereses por el tiempo que resulte necesario. La banca pública ha readecuado más de \$500 millones desde entonces para el sector turismo.
18. Peticiones a la banca estatal: El 8 de mayo pasado se emitió la Directriz 083-H-MIDEPLAN dirigida a los bancos comerciales del Estado instándolos a aplicar las siguientes medidas:

- Eliminación de la práctica de niveles mínimos de tasas de interés activas (tasas de piso); tanto para créditos existentes como para operaciones crediticias nuevas.
- Flexibilización temporal en la valoración de riesgo de las operaciones crediticias.
- Eliminación de la práctica, en los contratos de crédito vigentes y futuros, de aplicar penalidades o comisiones por pagos anticipados o extraordinarios.
- Utilización de avales y garantías para facilitar el acceso al crédito, dentro de las cuales contemplarán las garantías mobiliarias.

19. Capital de trabajo: como resultado de la Directriz-083 y a solicitud del Consejo Económico la banca pública puso a disposición ₡584.000 millones para capital de trabajo y avales en el marco de la Estrategia de Recuperación Post COVID-19.

20. Fondo de avales y garantías: el Banco Centroamericano de Integración Económica y el Gobierno de Costa Rica firmaron el 16 de setiembre el contrato del crédito por \$300 millones que servirá de base para la creación del Fondo Nacional de Avales y Garantías, para la reactivación económica y el apoyo a los deudores afectados por la pandemia de la covid-19. Espera aprobación los señores y señoras diputadas de la Asamblea Legislativa.

21. Bono PYME - Proteger: El ICT participa aportando información al Ministerio de Trabajo para que esa cartera ejecute el Programa Bono Pyme Proteger. Se trata de al menos US \$30 millones incluidos en el Contrato de Préstamo con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para financiar el Programa Proteger Empleos e Ingresos de poblaciones vulnerables afectadas por Coronavirus, por US \$245 millones. Este Contrato de Préstamo se encuentra en proceso de ser aprobado por los señores y señoras diputadas de la Asamblea Legislativa.

Iniciativas legislativas apoyadas por el ICT:

22. Ley de moratoria del IVA: están exoneradas durante un año más aquellas empresas que cuentan con Declaratoria Turística, Certificado de Sostenibilidad Turística, transporte de turismo y guías certificados que se encuentren al día con los requerimientos establecidos por el ICT. Este es un respiro financiero que permite mantener la competitividad de los precios para el próximo año. Esta moratoria permite que las actividades registradas ante el ICT no tengan que elevar los precios para el año entrante lo cual es clave en una situación de recuperación de una pandemia.

23. Fines de semana largos: las señoras y señores diputados aprobaron una ley que traslada a lunes cuatro feriados que caen en fin de semana durante los años 2020 y 2021 para así apoyar al sector turismo.

Anexo IX. Ejemplos de formatos de recorridos integrados para ofrecerlos en la página web y redes sociales de la CATUR

Ejemplo 1: Recorrido integrado de un día:

Recorrido Integrado para (Familias, Deportistas, Parejas, Pensionados)	
1 día	
Desayuno	Opcional
Actividad mañana	
Almuerzo	
Actividad tarde	

Ejemplo 2: Recorrido integrado de dos días y una noche:

Recorrido Integrado para (Familias, Deportistas, Parejas, Pensionados)		
2 días / 1 noche	Día 1	Día 2
Desayuno	N/A	Incluido en el hospedaje
Actividad mañana		
Almuerzo		
Actividad tarde		
Cena		Opcional
Actividad noche		
Hospedaje		

N/A: No aplica o no está incluido

Ejemplo 3: Recorrido integrado de tres días y dos noches:

Recorrido Integrado para (Familias, Deportistas, Parejas, Pensionados)			
3 días / 2 noches	Día 1	Día 2	Día 3
Desayuno	N/A	Incluido en el hospedaje	Incluido en el hospedaje
Actividad mañana			
Almuerzo			
Actividad tarde			
Cena			Opcional
Actividad noche			
Hospedaje			

N/A: No aplica o no está incluido